

各論点に係る取組状況

DMOの機能強化の論点

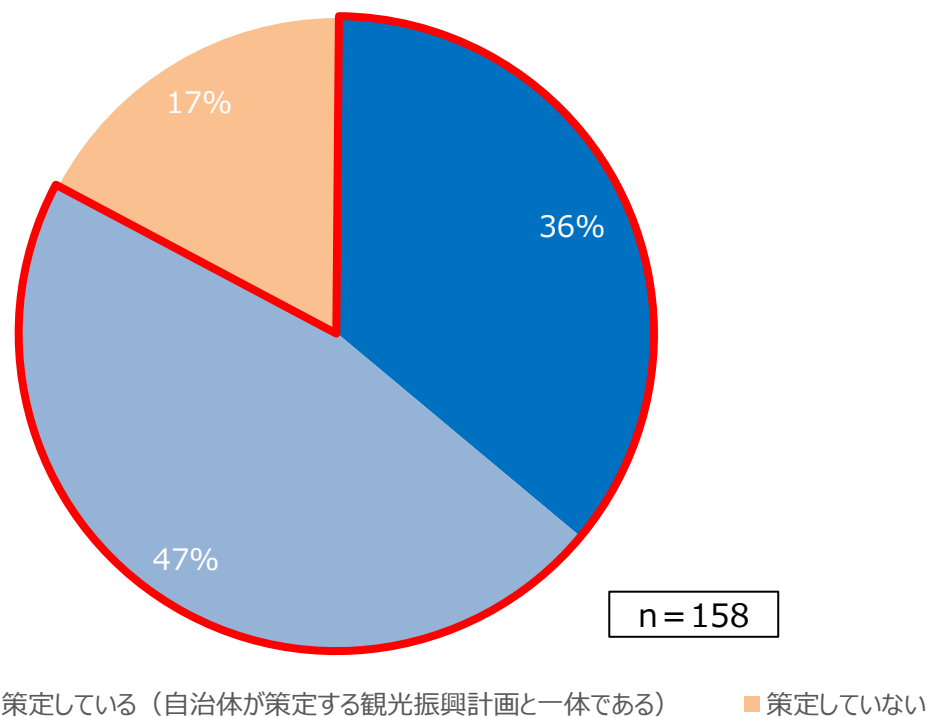
- 1. 実行性のある観光地経営戦略を策定し、それに沿って取組を実施すべきではないか**
- 2. インバウンド誘客の基盤となる受入環境整備に力を入れるべきではないか**
 - ・多言語化（含ネイティブチェック）
 - ・キャッシュレス
 - ・Wi-Fi
 - ・シームレスサイト※
- 3. 消費拡大・地域裨益を促進すべきではないか**
 - ・価値に見合った値付け／付加価値の向上（観光コンテンツ、宿泊施設、地域産品等）
 - ・域内循環の向上
- 4. DMOの組織を持続可能にすべきではないか**
 - ・組織ガバナンス
 - ・人材
 - ・財源
- 5. 各区分のDMOの役割を明確化し、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

中長期にわたる観光に関する総合的な戦略（観光地経営戦略）の策定状況

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

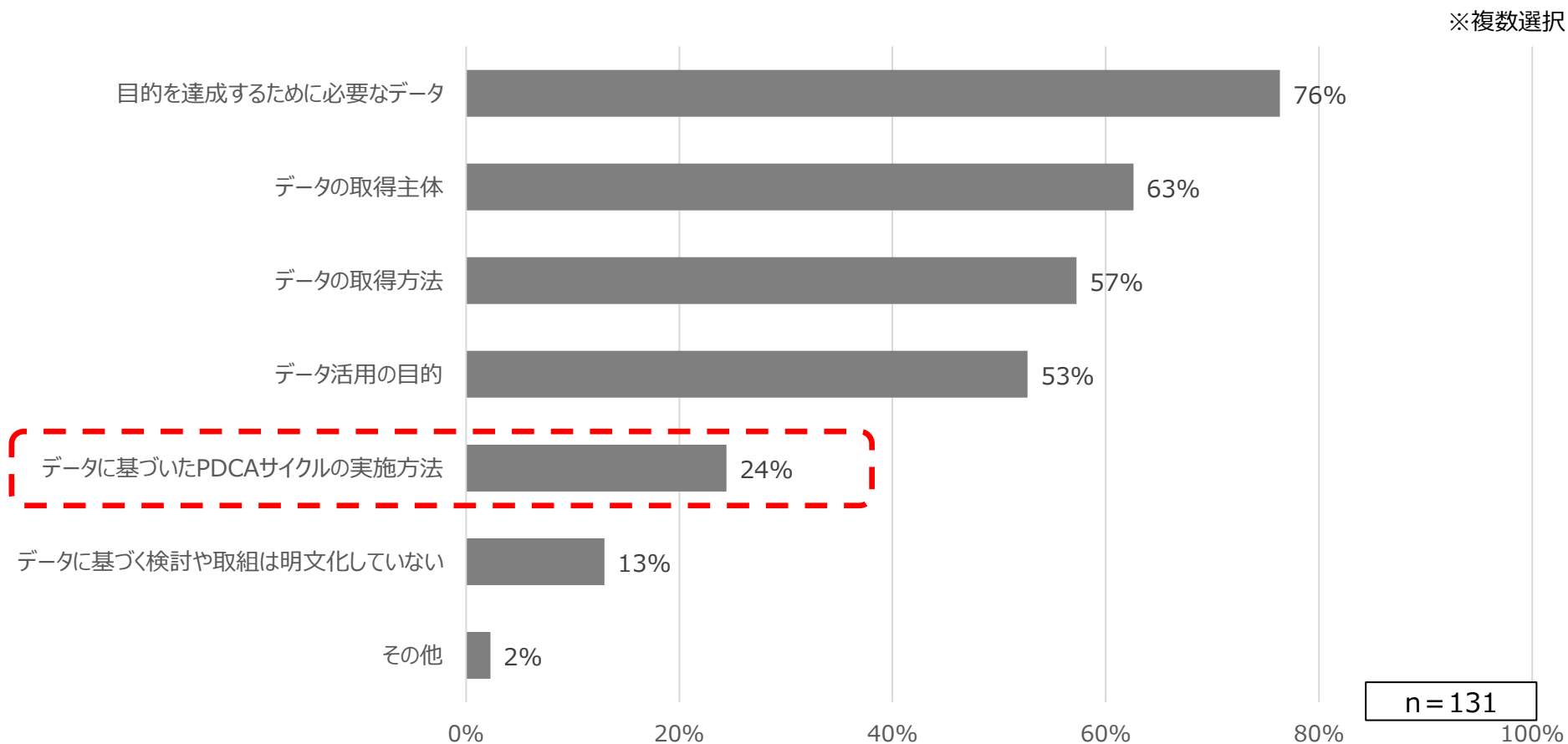
- 調査で回答を得られたDMOの約8割が、「観光に関する総合的な戦略」を策定している（自治体が策定する観光振興計画と一体であるものも含む）と回答。



データに基づく検討や取組について、戦略に明文化している項目

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

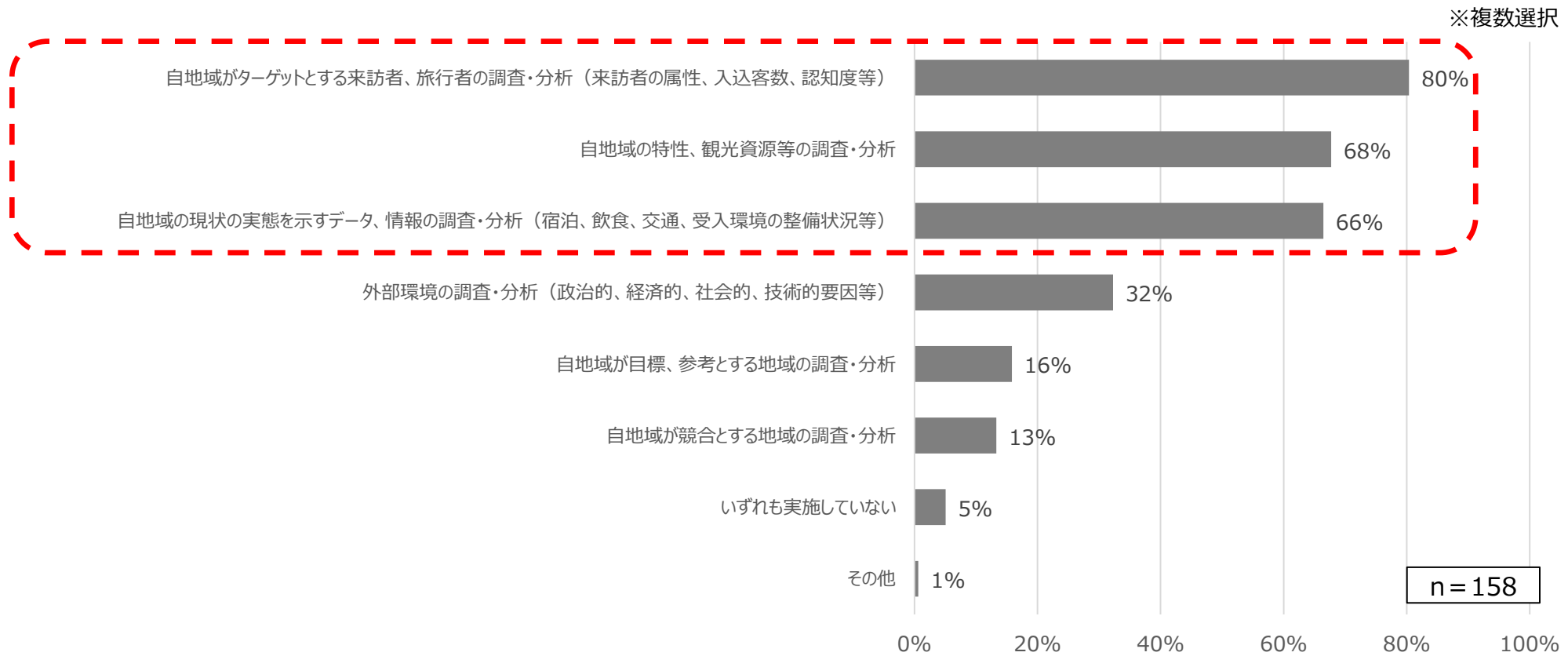
- 調査で回答を得られたDMOのうち、「データに基づいたPDCAサイクルの実施方法」について観光に関する総合的な戦略に明文化していると回答したDMOは、24%のみであった。



環境分析の実施状況

出典：観光庁「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

- 調査で回答が得られたDMOでは、「自地域がターゲットとする来訪者、旅行者」「自地域の特性、観光資源等」「自地域の現状の実態を示すデータ、情報」の調査・分析を実施している割合が高い。



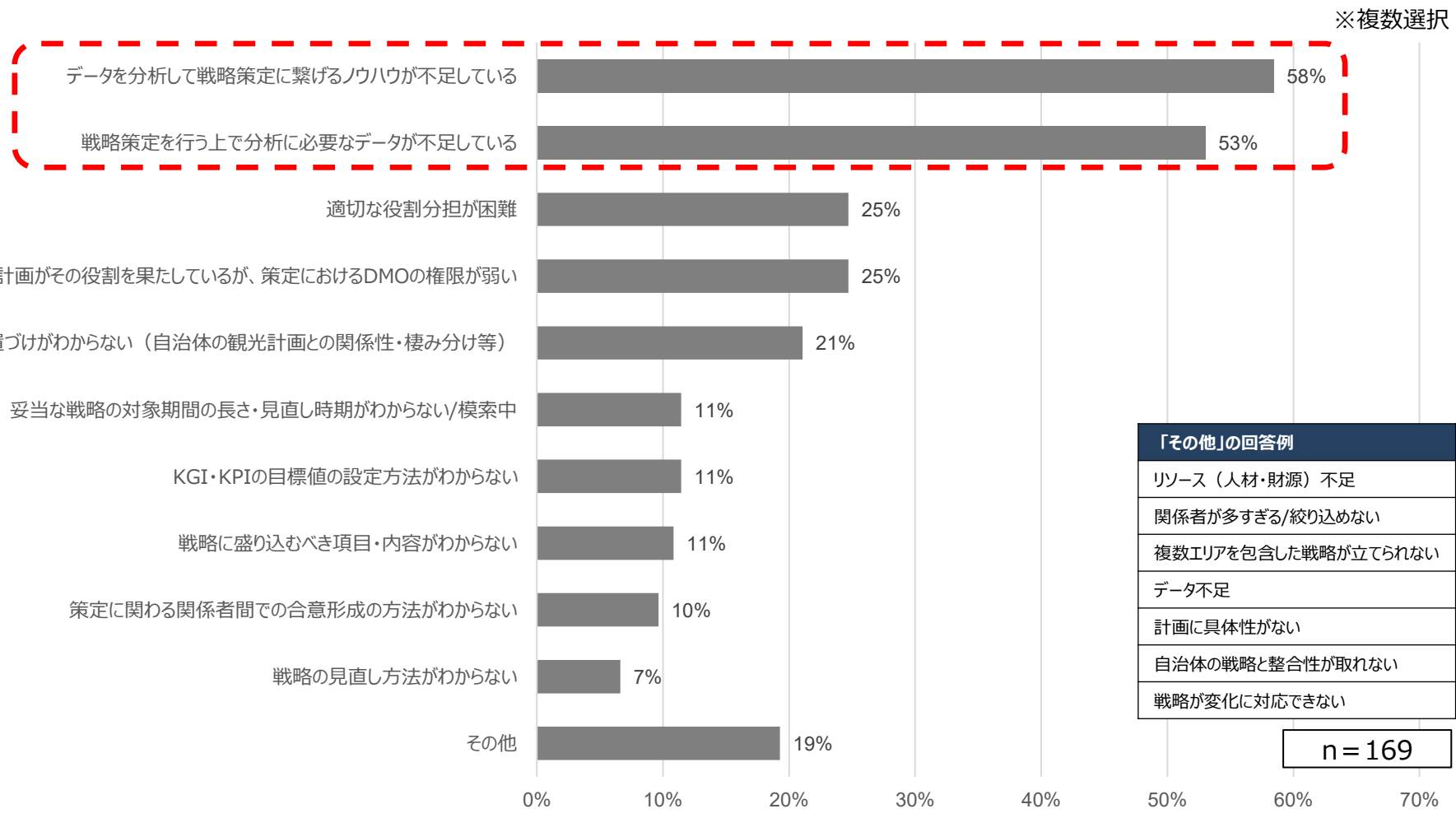
1. 実行性のある観光地経営戦略を策定し、それに沿って取組を実施すべきではないか

※第1回有識者会議資料（再掲）

戦略の策定において抱えている課題

出典：「国内DMOの課題把握調査」

■ 調査で回答を得られた半数を超えるDMOが、「データを分析して戦略策定に繋げるノウハウの不足」「戦略策定を行う上で分析に必要なデータが不足している」と回答。



「その他」の回答例
リソース（人材・財源）不足
関係者が多すぎる/絞り込めない
複数エリアを包含した戦略が立てられない
データ不足
計画に具体性がない
自治体の戦略と整合性が取れない
戦略が変化に対応できない

n = 169

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

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）

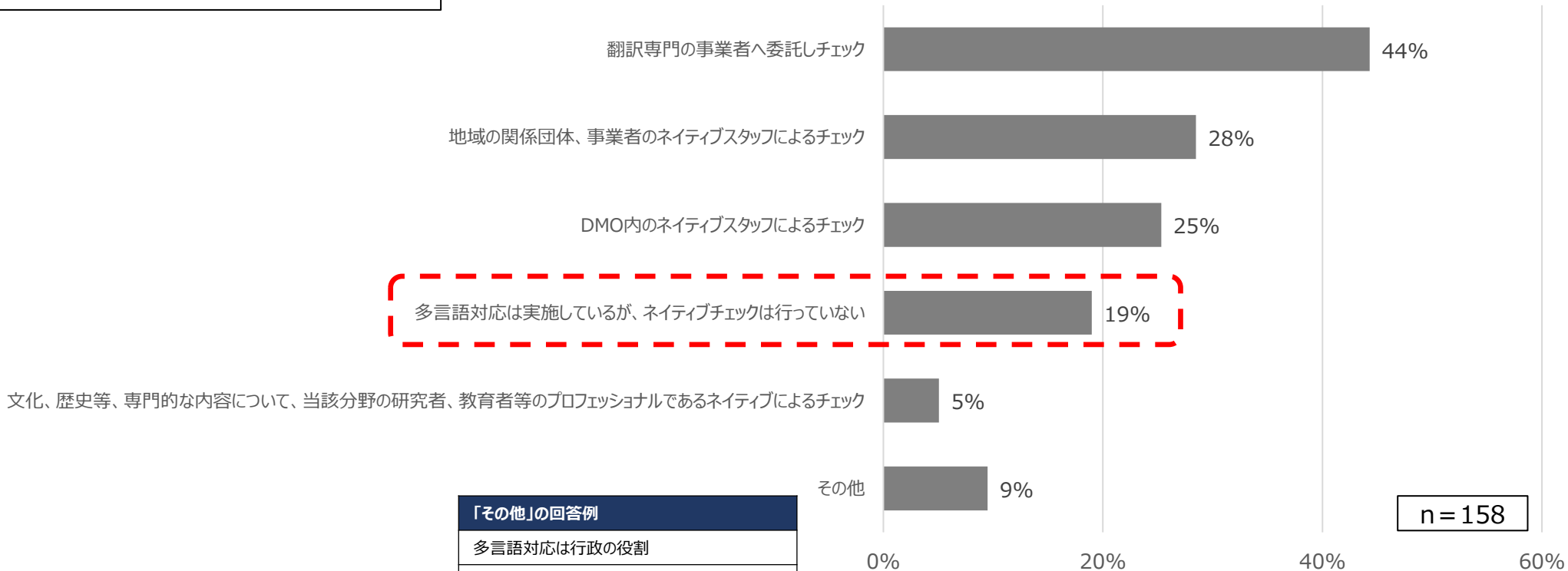
DMOが提供するウェブサイト、パンフレット、看板等の多言語対応に対するチェックの実施状況

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

■ 調査で回答を得られたDMOの約2割が「多言語化対応は実施しているが、ネイティブチェックは行っていない」と回答。

注) ネイティブスタッフ：各言語を母国語とするスタッフ

※複数選択



「その他」の回答例
多言語対応は行政の役割
案件により対応が異なる
ネイティブの個人へ委託

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）

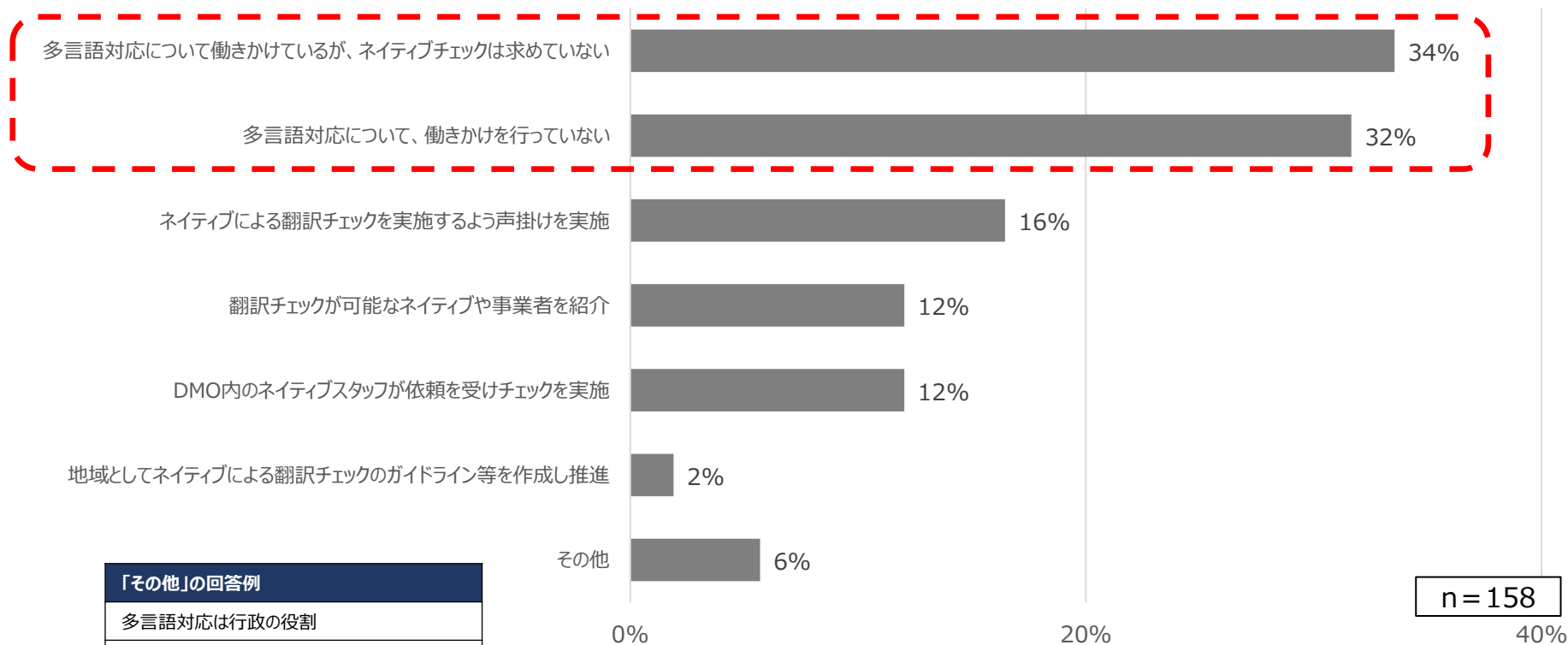
地域における多言語対応に対するチェックの働きかけの状況

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

- 調査で回答を得られたDMOの約3割が「多言語対応について働きかけているが、ネイティブチェックは求めている」「地域における多言語対応について、働きかけを行っていない」と回答。

注) ネイティブスタッフ：各言語を母国語とするスタッフ

※複数選択



「その他」の回答例

多言語対応は行政の役割

翻訳に対する経費の補助を実施

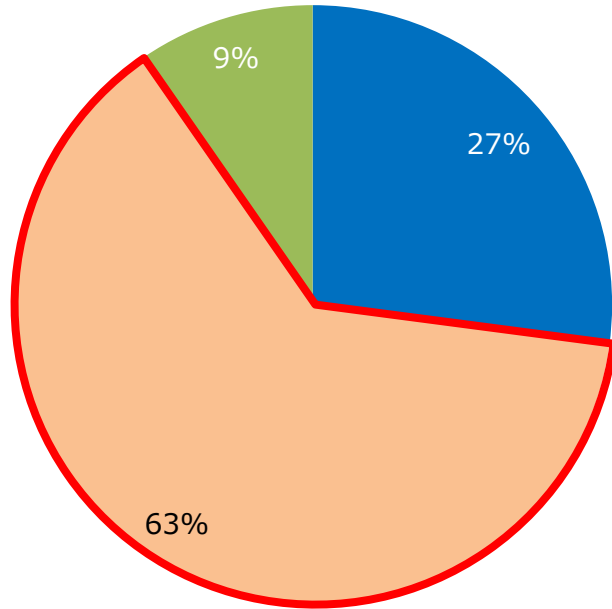
次年度実施予定

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

インバウンド向けのガイドの設置有無（DMO組織内）

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

- 調査で回答を得られたDMOの約6割が、インバウンド向けのガイドを組織内に設置していないと回答。



n = 158

■ 設置している ■ 設置していない ■ その他

「その他」の回答例

外部へ委託している

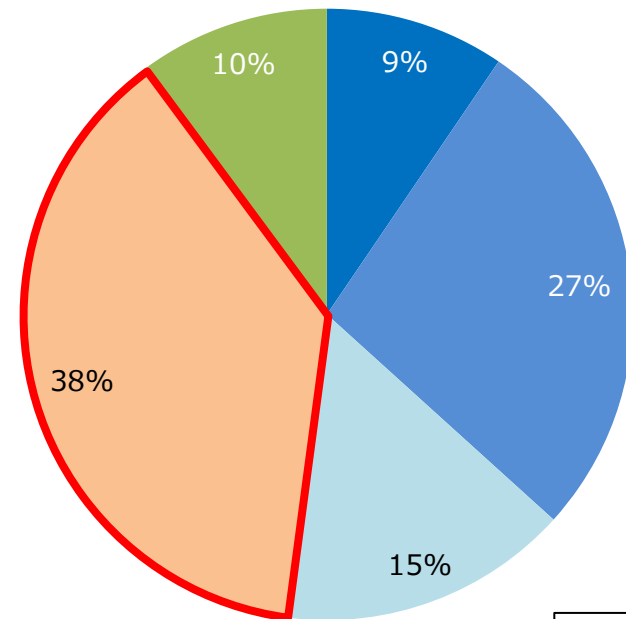
ガイド育成のセミナー等を実施

設置を検討している

地域におけるインバウンド向けのガイド設置の働きかけの状況

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

- 調査で回答を得られたDMOの約4割が、地域への「働きかけを実施しておらず、設置もされていない」と回答。



n = 158

■ 働きかけを実施し、設置されている
 ■ 働きかけてはいるが、設置までは至っていない
 ■ 働きかけは実施していないが、すでに設置されている
 ■ 働きかけを実施しておらず、設置もされていない
 ■ その他

「その他」の回答例

インバウンド対応は行政の役割

次年度以降、設置予定

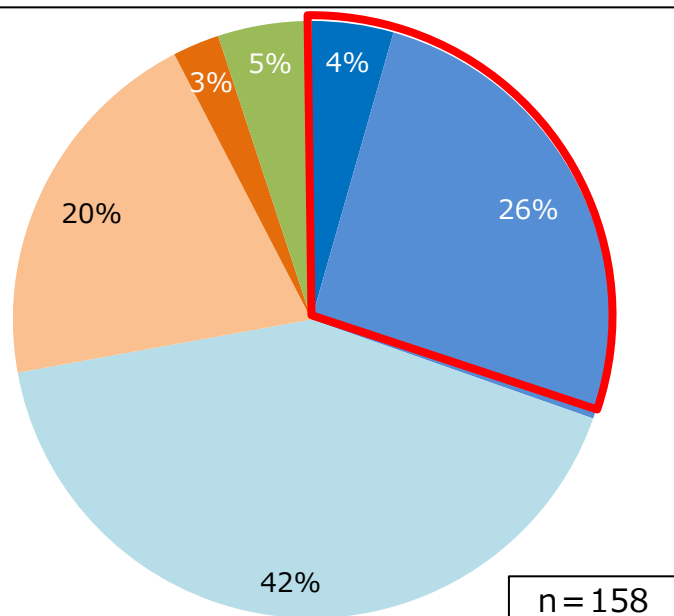
2. インバウンド誘客の基盤となる受入環境整備に力を入れるべきではないか

・キャッシュレス

主要観光スポットにおけるキャッシュレス対応状況

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

- 調査で回答を得られたDMOの約3割が、キャッシュレス決済が自地域の主要観光スポットの7割以上で対応していると回答。



- 対応している（観光施設全体の9～10割）
- ほぼ対応している（7～8割）
- 半分程度対応している（4～6割）
- あまり対応していない（2～3割）
- ほとんど対応していない（2割未満）
- その他

「その他」の回答例

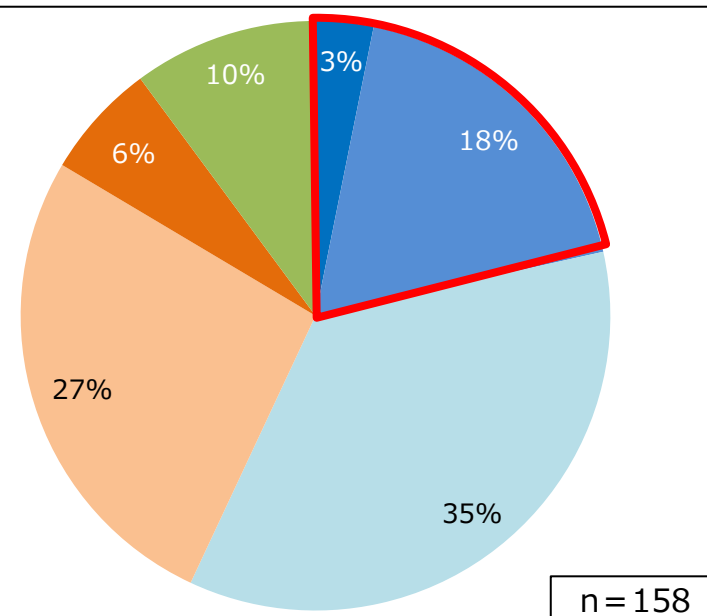
対応状況を把握していない

・Wi-Fi

主要観光スポットにおける無料Wi-Fi整備状況

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

- 調査で回答を得られたDMOの約2割が、無料Wi-Fiが自地域の主要観光スポットの7割以上で整備されていると回答。



- 整備されている（地域全体の9～10割）
- ほぼ整備されている（7～8割）
- 半分程度整備されている（4～6割）
- あまり整備されていない（2～3割）
- ほとんど整備されていない（2割未満）
- その他

「その他」の回答例

宿泊施設はほぼ整備されているが、観光施設はあまり整備されていない

整備状況を把握していない

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

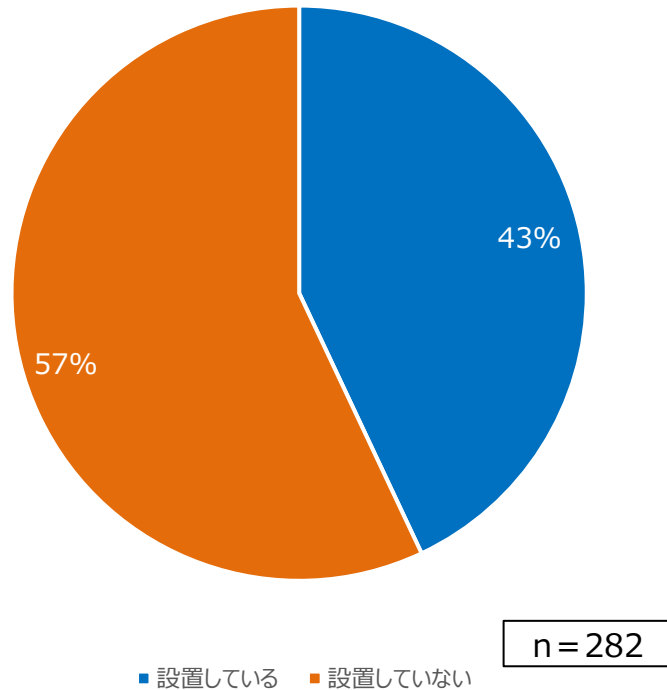
・シームレスサイト

登録DMOにおけるシームレスサイト設置状況

出典：「観光地域づくり法人（DMO）事業報告書」

■ 登録DMOの約4割が、シームレスサイトを設置していると回答。

シームレスサイト：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



インバウンド向けの受入整備について、実施している取組

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

※自由記述

- ・案内所への外国語対応可能スタッフの配置
- ・多言語翻訳アプリの導入
- ・メニューや案内等の多言語化へのサポート
- ・ガイド向け地域の伝統、文化等の専門知識向上の分野別セミナーを開催
- ・食のインバウンド対応セミナー（ハラール対応等）
- ・シャトルバスの運行
- ・Wi-Fi環境整備
- ・無料Wi-Fi環境整備の支援
- ・富裕層向けの体験商品の企画、造成、販売
- ・インバウンド商談会の実施
- ・体験コンテンツの磨き上げ
- ・ファムツアーの実施
- ・観光施設における外国人旅行者のための災害時避難等の対応のマニュアル作成
- ・医療機関における訪日外国人旅行者受付・診療マニュアル作成

等

n = 158

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

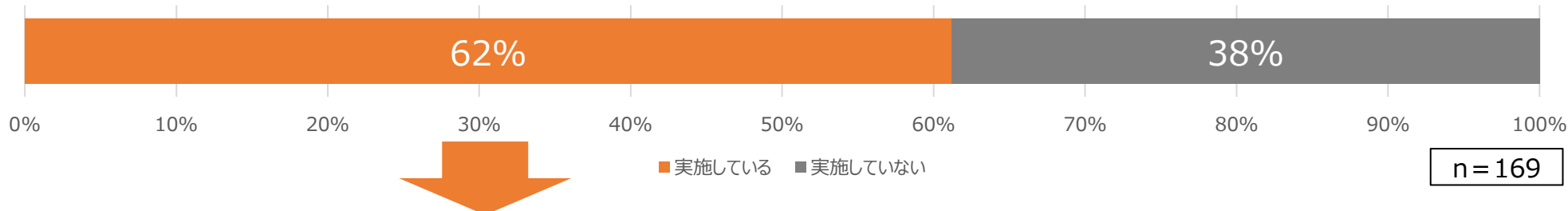
※地域全体を包括する情報発信・予約・決済機能をシームレスに提供するサイト

・域内循環の向上(対事業者・業種)

- 調査で回答を得られたDMOの約6割が、観光による受益を事業者等へ波及させる取組を実施と回答。
- 取組を実施していると回答したDMOでは、取組を行う上での課題が広範囲にわたっている。

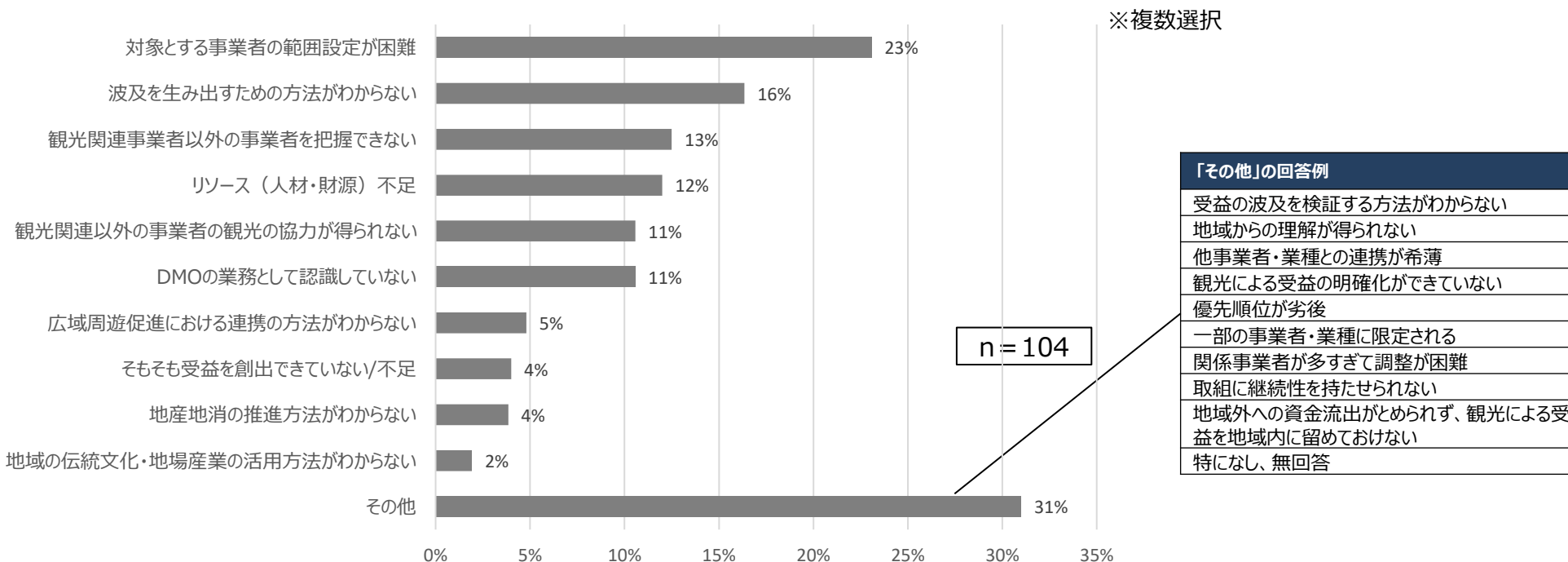
観光による受益を「できる限り多くの事業者・業種へ波及」させる取組の実施の有無

出典：「国内DMOの課題把握調査」



観光による受益を「できる限り多くの事業者・業種へ波及」させる取組を行う上での課題

出典：「国内DMOの課題把握調査」

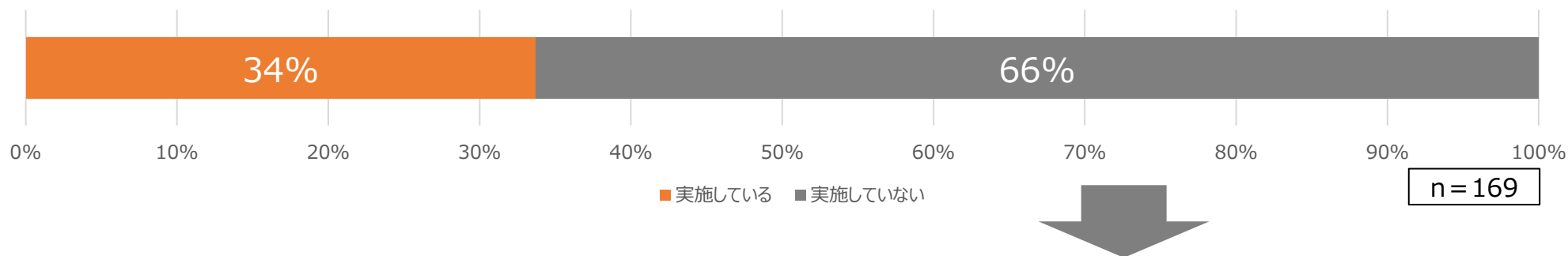


・域内循環の向上（対観光従事者）

- 調査で回答を得られたDMOの約7割が、観光による受益を観光従事者へ波及させる取組を実施していないと回答。
- 取組を実施していないと回答したDMOでは、「観光従事者の働きやすい環境づくり等のためにDMOが何をすればよいかわからない」「DMOの業務として認識していない」との回答もあり。

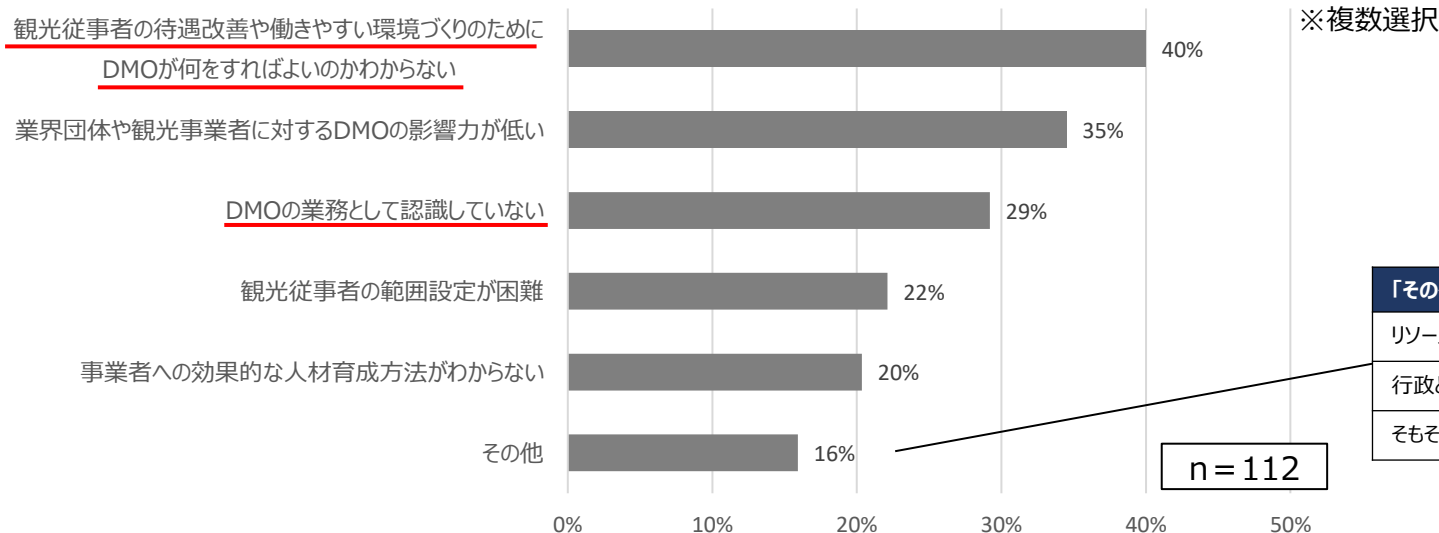
観光による受益を「観光従事者へ波及」させる取組の実施の有無

出典：「国内DMOの課題把握調査」



観光による受益を「観光従事者へ波及」させる取組を行う上での課題

出典：「国内DMOの課題把握調査」



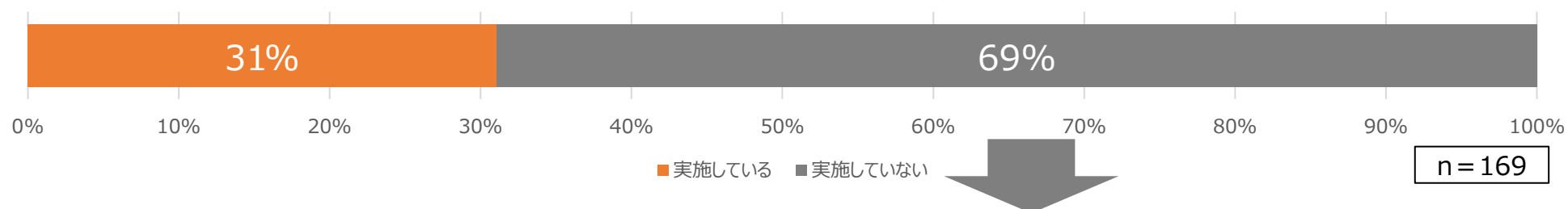
「その他」の回答例
リソース（人材・財源）不足
行政との役割分担
そもそも受益を創出できていない/不足

・域内循環の向上（対住民）

- 調査で回答を得られたDMOの約7割が、観光による受益を地域住民へ波及させる取組を実施していないと回答。
- 取組を実施していないと回答したDMOの約5割が、「地域住民に対するDMOの影響力が低い」、約4割が、「観光に対する地域住民の理解・関心が低い」と回答。

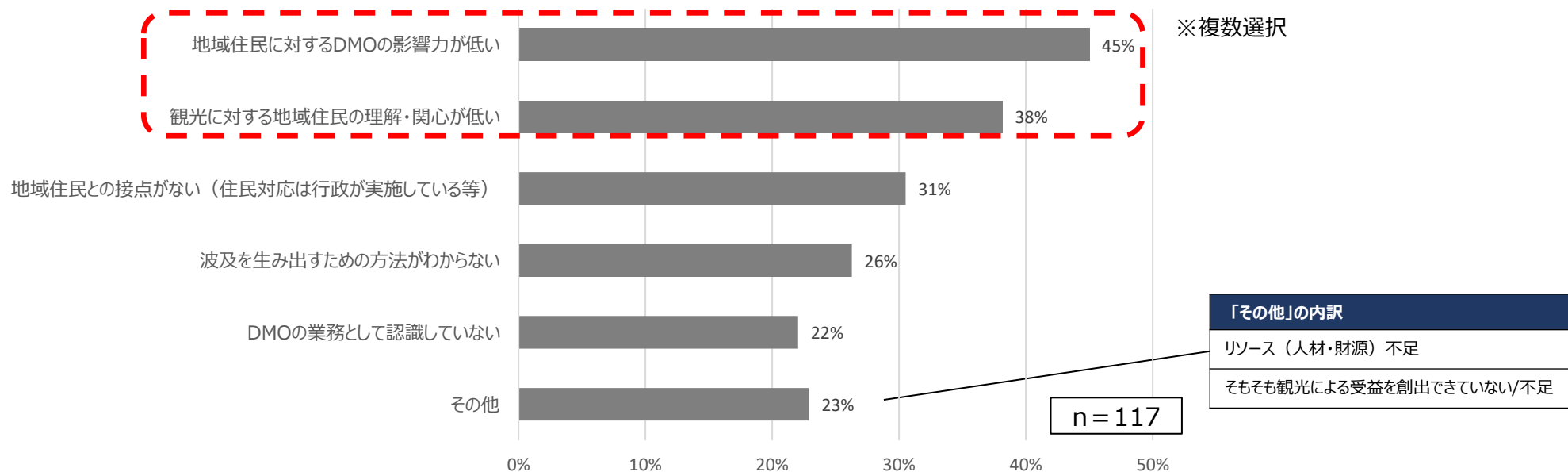
観光による受益を「地域住民へ波及」させる取組の実施の有無

出典：「国内DMOの課題把握調査」



観光による受益を「地域住民へ波及」させる取組を行う上での課題

出典：「国内DMOの課題把握調査」



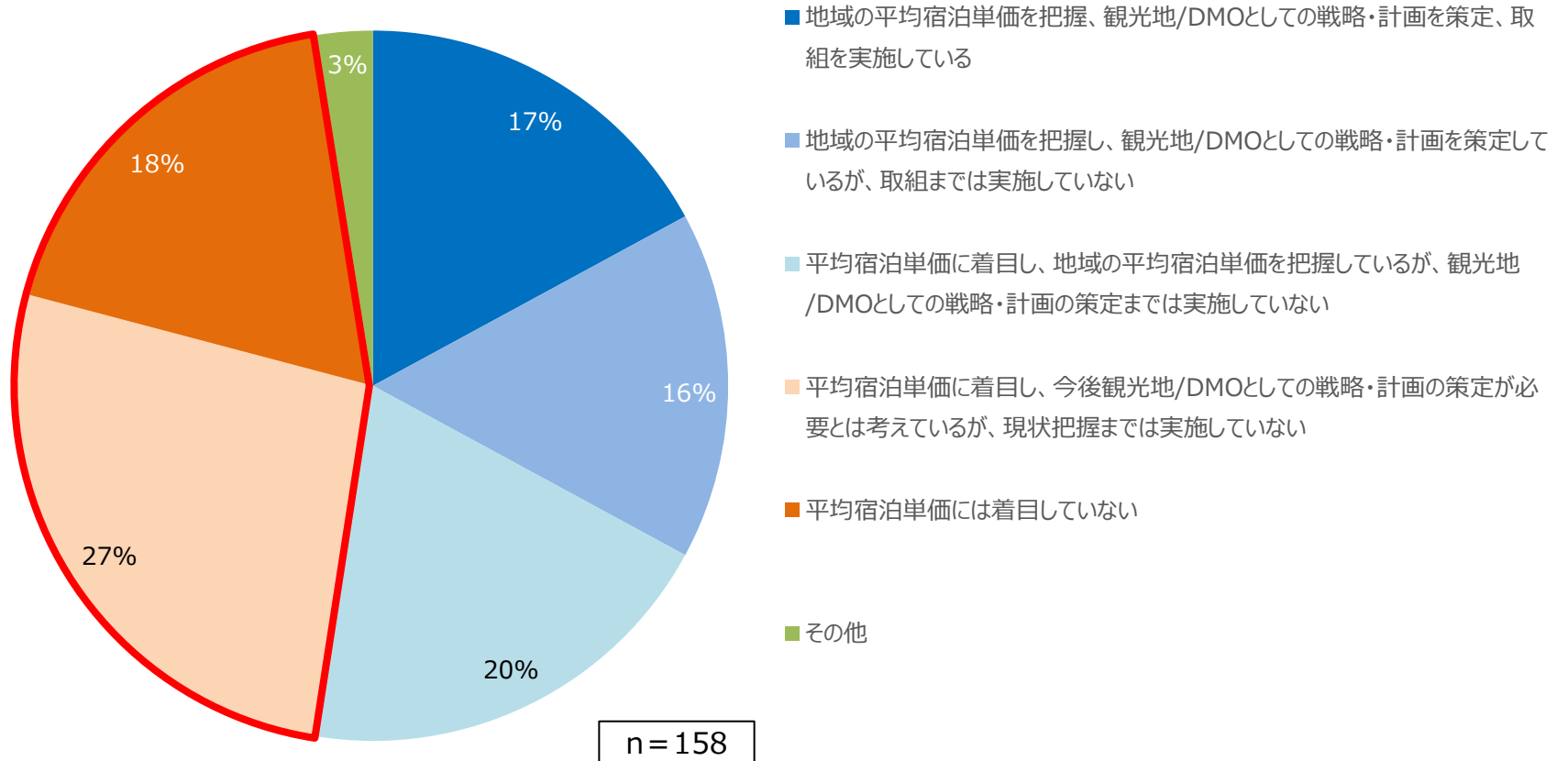
3. 消費拡大・地域裨益を促進すべきではないか

・価値に見合った値付け／付加価値の向上（宿泊施設）

平均宿泊単価の把握、目標値設定状況

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

■ 調査で回答を得られたDMOの約 5 割は、地域の平均宿泊単価を把握していない。



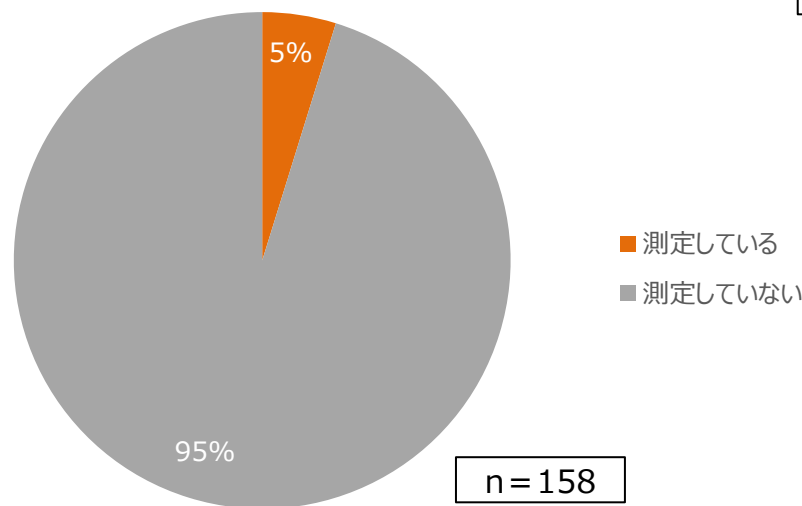
3. 消費拡大・地域裨益を促進すべきではないか

マーケティングにおけるROIの把握状況

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

■ 調査で回答を得られたDMOのほぼ全ての団体は、ROIを測定していないと回答。

注) ROI・・・投資利益率（投資した費用に対してどれだけ利益があったかを図る指標）



※ROIを把握しているDMO：8 DMO

マーケティングの活動毎のROIの測定有無 ※複数回答	回答件数
イベント、キャンペーン等の取組（事業）について、事業ごとに測定している	8
Webサイト、メディア広告等、常時情報発信している取組について、メディア等、情報発信媒体ごとに測定している	4
商品・サービスごとに測定している	3
その他	1

※複数選択

効果測定の実施内容 ※複数回答	回答件数
マーケティングの取組による、認知度の変化（地域、商品・サービス、ブランドの認知度等）	1
マーケティングの取組による、ターゲットの入込状況の変化（地域への来訪者数の変化等）	7
マーケティングの取組による、地域、地域の観光施設、商品・サービス等の情報へのアクセス状況の変化（該当情報のWebサイトへのアクセス数等の変化）	5
マーケティングの取組による、商品・サービスの購入率、売上の変化	6

※複数選択

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

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

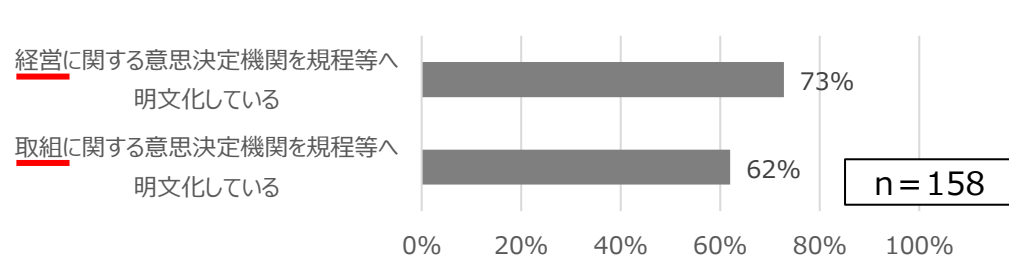
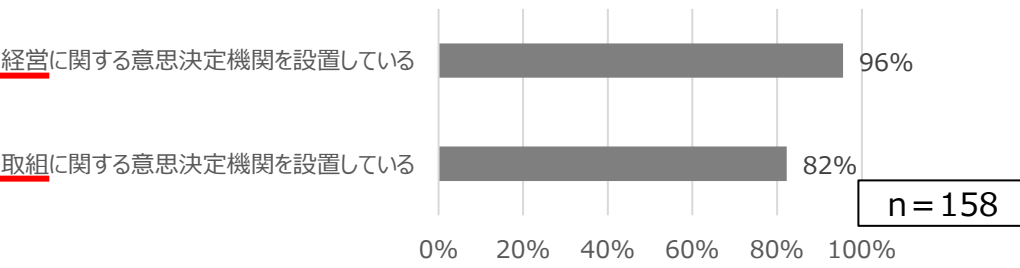
意思決定機関等の有無

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

■ 回答を得られたDMOのうち、経営・取組に関する意思決定機関を設置しているDMOは、それぞれ8割以上であるが、意思決定機関を規程等に明文化している割合は6～7割にとどまる。

注) 経営 (戦略・計画・予算)
取組 (戦略・計画に基づく事業の執行)

※複数選択



※「意思決定機関を定めていない」と回答したDMO2件

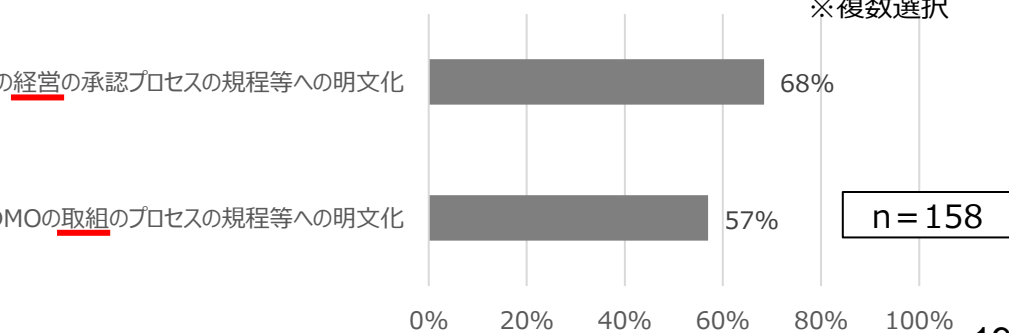
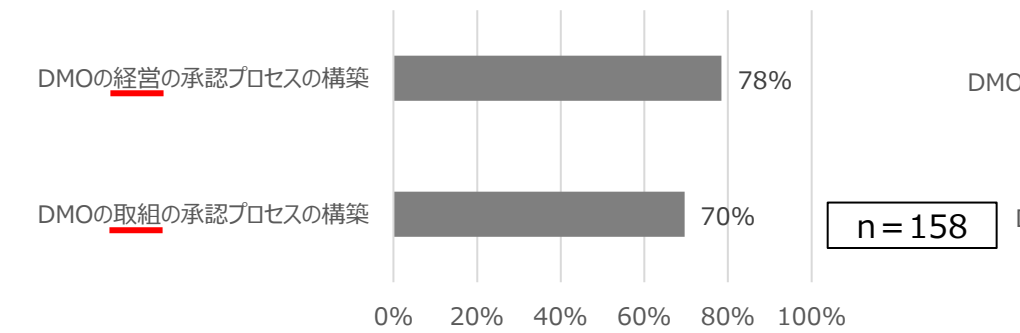
意思決定・承認プロセスの構築状況

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

■ 回答を得られたDMOのうち、経営・取組に関する承認プロセスを構築しているDMOは、それぞれ7割以上であるが、承認プロセスを規定等に明文化している割合は6～7割にとどまる。

注) 経営 (戦略・計画・予算)
取組 (戦略・計画に基づく事業の執行)

※複数選択



※「実施している事項はない」と回答したDMO18件

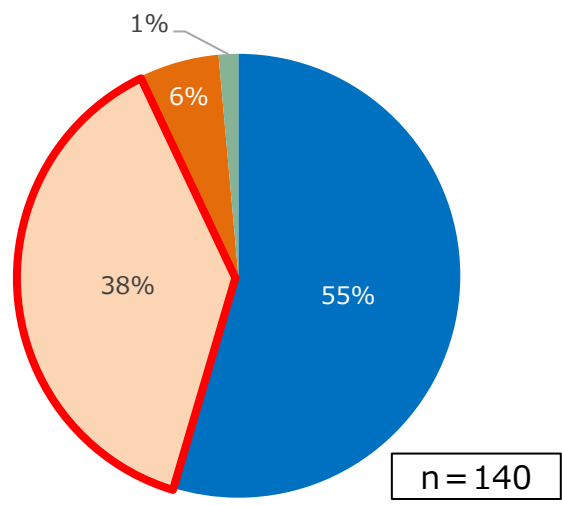
4. DMOの組織を持続可能にすべきではないか

・組織ガバナンス

意思決定・承認プロセスの運用状況

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

■ 調査で回答を得られたDMOの約4割が、「基本的には運用されているが、プロセス通りに実施されないこともある」と回答。

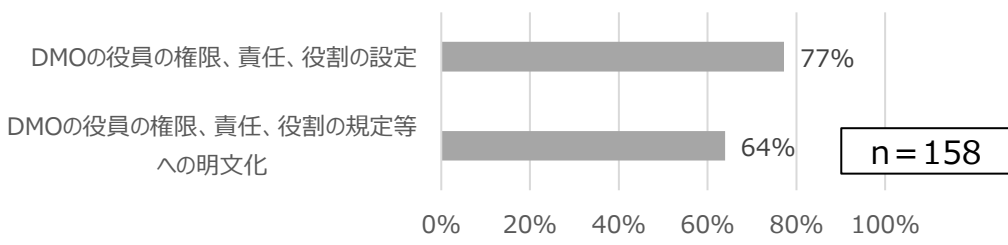


- 常に運用されている
- 基本的には運用されているが、プロセス通りに実施されないこともある
- プロセス通りに実施されないことが多い
- その他

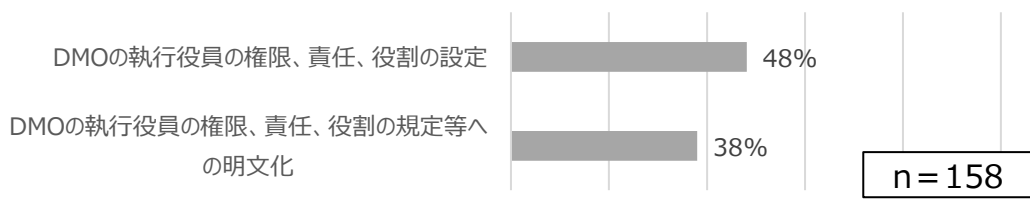
役員、執行役員の権限、責任、役割の設定状況

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

■ 調査で回答を得られたDMOのうち、DMOの役員に比べ執行役員の権限等が設定されている割合が低い。



注) DMOの役員：
DMOの経営・事業方針の決定、組織の健全な運営のための管理・監督、パートナー開拓や資金調達等の渉外活動を担う役職（理事会、評議会のメンバー等を想定）



注) DMOの執行役員：
DMOの役員（理事会、評議会等）が決定した事業方針に従い、業務を実行し事業運営の責任を担う役職（CFO、CMO等を想定）

※「実施している事項はない」と回答したDMO22件

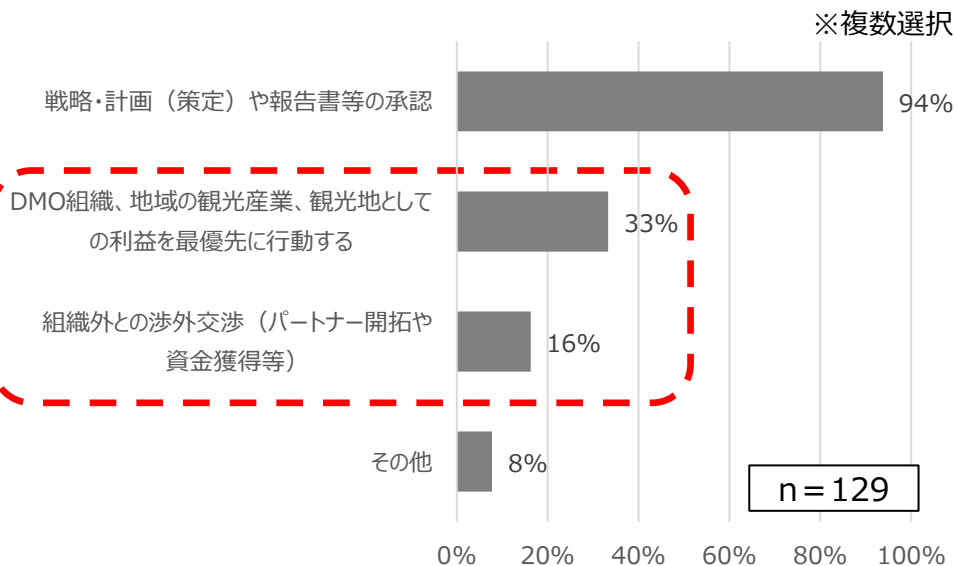
4. DMOの組織を持続可能にすべきではないか

・組織ガバナンス

DMOの役員の役割の内容

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

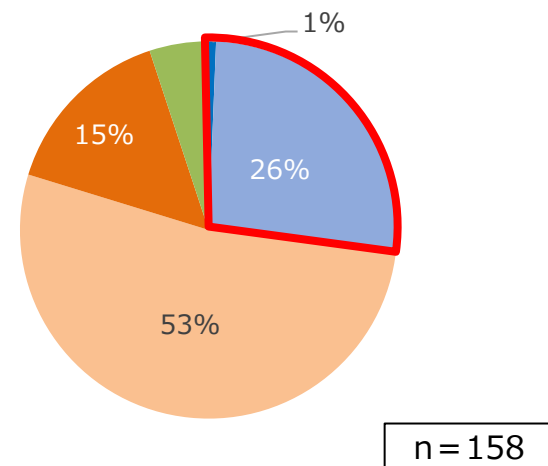
- 調査で回答を得られたほぼ全てのDMOが、DMO役員の役割として「戦略や報告書等の承認」と回答。それ以外の役割については、約2～3割にとどまっている。



事業や取組の実行におけるCMO、CFOの権限

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

- 調査で回答を得られたDMOのうち、CMO、CFOに事業や取組の実行権限があり、規程等でも明文化していると回答したDMOは約3割にとどまる。



- 事業や取組の決定、執行は、意思決定機関（理事会等）の承認を必要とせず、CMO、CFOの権限で実行可能であり、規程等に明文化している
- 事業や取組の規模（予算額等）により、CMO、CFOの権限で決定、実行可能な範囲があり、規定等に明文化している
- CMO、CFOの権限で決定、実行可能な事業や取組はあるが、規程等で明文化していない
- CMO、CFOの権限で決定、実行可能な範囲はない（必ず意思決定機関（理事会等）の承認が必要）
- その他

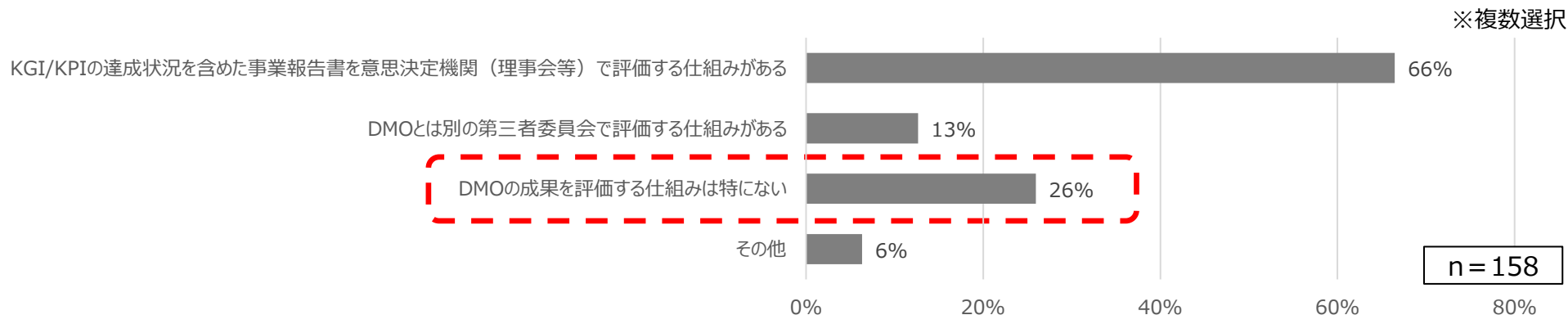
4. DMOの組織を持続可能にすべきではないか

・組織ガバナンス

DMOの成果を評価する仕組み

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

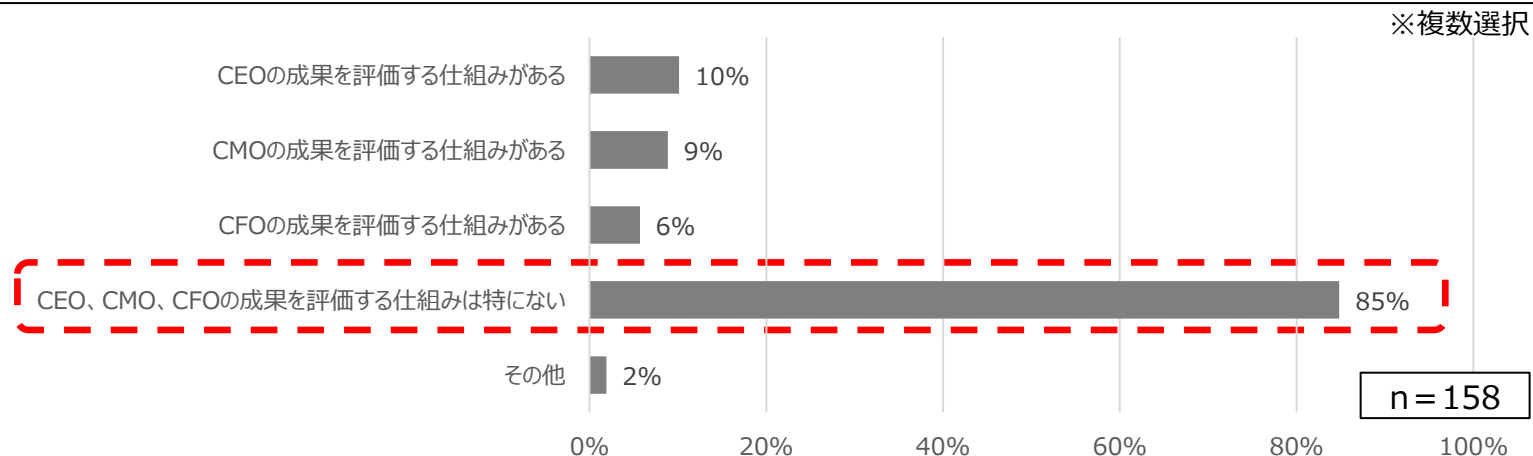
■ 調査で回答を得られたDMOの約3割が、「成果を評価する仕組みは特にない」と回答。



CEO、CMO、CFOの成果を評価する仕組み

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

■ 調査で回答を得られたDMOの約9割が、「CEO、CMO、CFOの成果を評価する仕組みがない」と回答。



4. DMOの組織を持続可能にするべきではないか

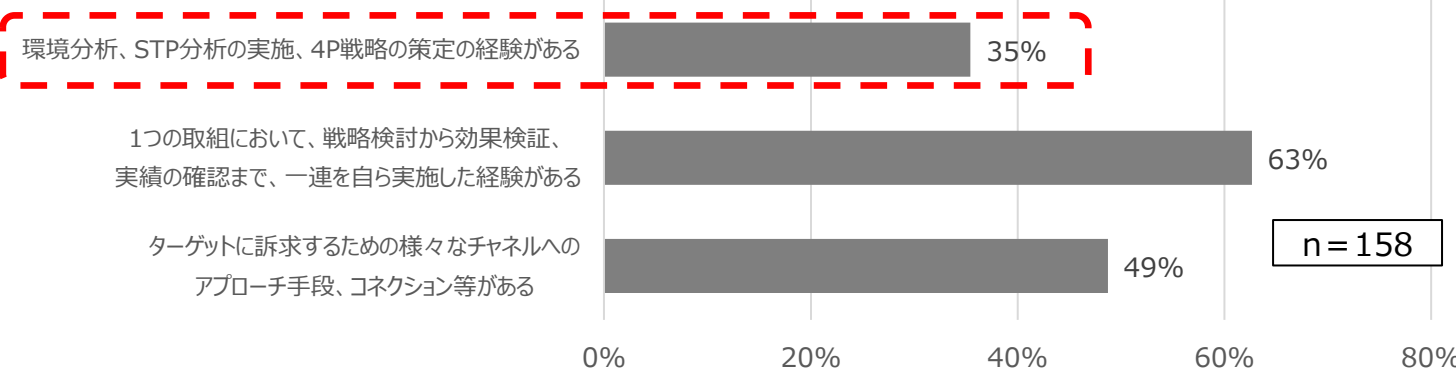
・人材

現在のCMOの経験、知識、実績等

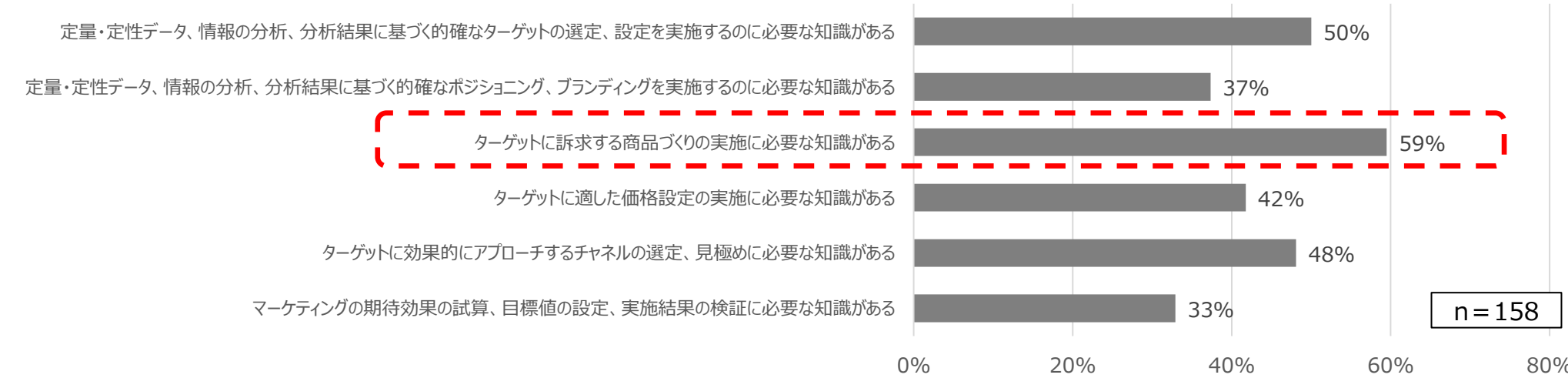
出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

■ 調査で回答を得られたDMOのうち、CMOが「環境分析、STP分析、4P戦略の策定」の経験があるDMOは約4割であった。
 また、「ターゲットに訴求する商品づくりの実施に必要な知識がある」と回答したDMOは約6割であった。

経験



知識



※「特になし」と回答したDMO 20件
 「その他」と回答したDMO 3件

4. DMOの組織を持続可能にするべきではないか

・人材

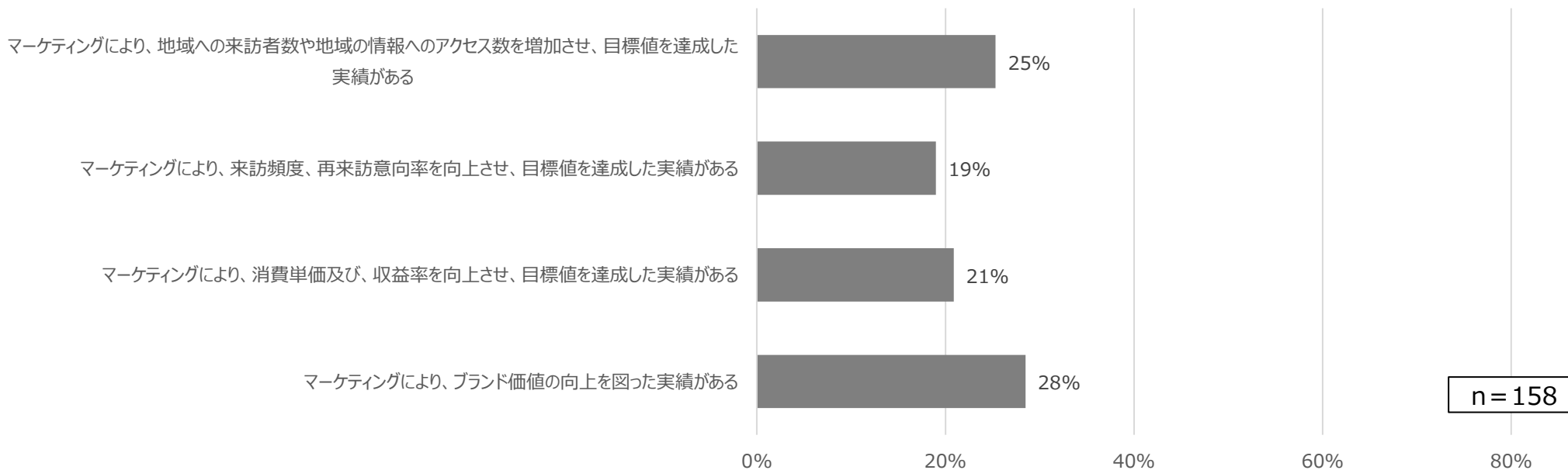
現在のCMOの経験、知識、実績等

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

■ 調査で回答を得られたDMOのうち、実績については、経験・知識（P23参照）に比べ回答割合が低い。

実績

※複数選択



※「特になし」と回答したDMO 20件
「その他」と回答したDMO 3件

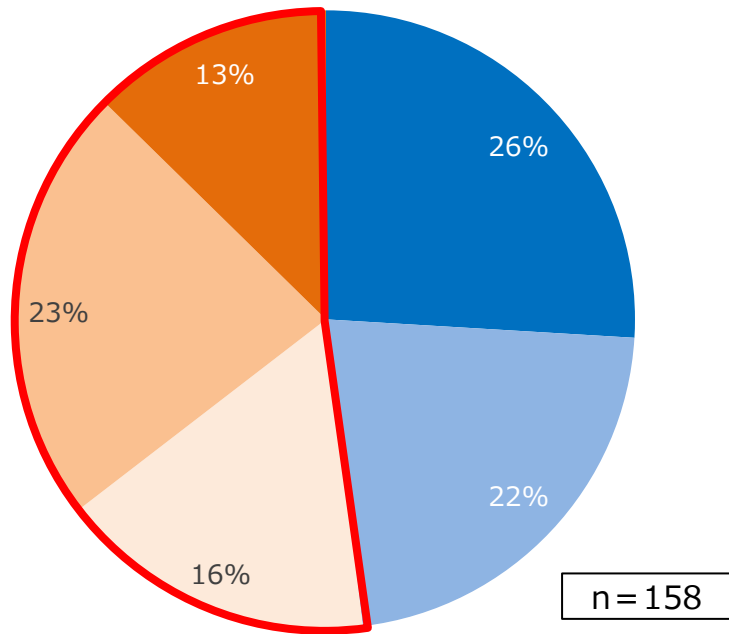
4. DMOの組織を持続可能にするべきではないか

・人材

現在のCMOの経験年数

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

- 調査で回答を得られた約 5 割のDMOでは、CMOのマーケティング関連の実務経験年数が 5 年未満であると回答。



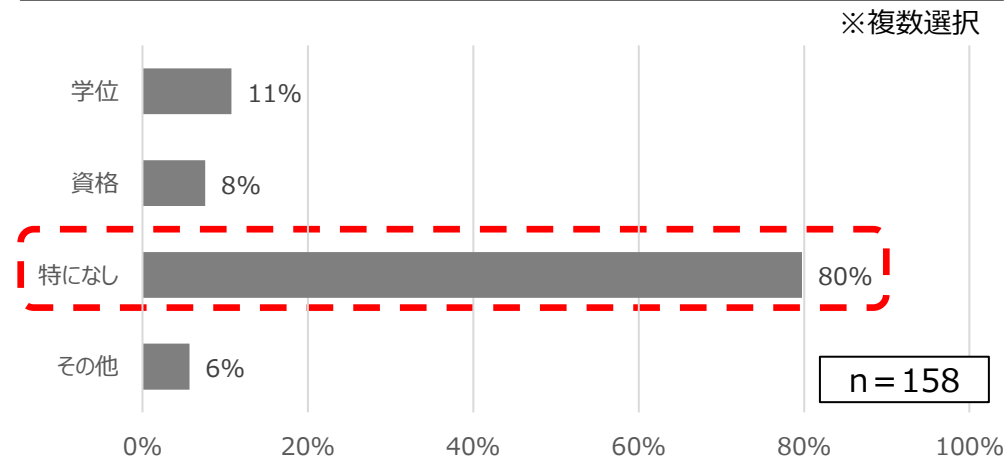
■ 10年以上 ■ 5年以上10年未満 ■ 3年以上5年未満
 ■ 1年以上3年未満 ■ 1年未満

注) 観光分野に限らず、企業等でのマーケティング経験・実績を含む
 現在、所属するDMOでの経験等を含む

現在のCMOが保有する資格・学位の状況

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

- 調査で回答を得られたDMOの約 8 割が、現在所属しているCMOはマーケティングに関する学位や資格等を保有していないと回答。



「学位」の回答例	件数
MBA	5
経済学士	3

「資格」の回答例	件数
旅行業務取扱管理者	6
DXアドバイザー	1
中小企業診断士	2

「その他」の回答例	件数
研修受講	2

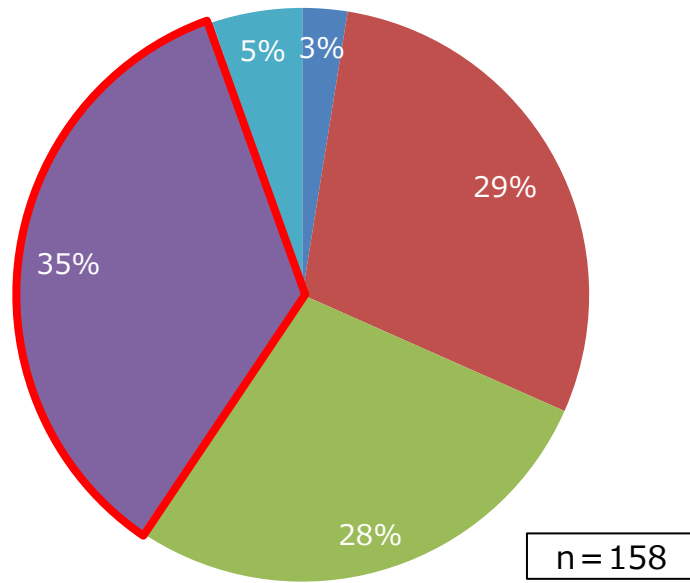
4. DMOの組織を持続可能にするべきではないか

・人材

CMO以外のマーケティング専門人材の配置状況

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

■ 調査で回答を得られたDMOの約4割は、CMO以外のマーケティング専門人材はいない。



- 必要な人材が確保できている
- 十分ではないが、最低限取組を実施するための人材が確保できている
- メンバーはいるが、取組実施には不足している
- メンバーはいない (CMOのみで取組を実施)
- その他

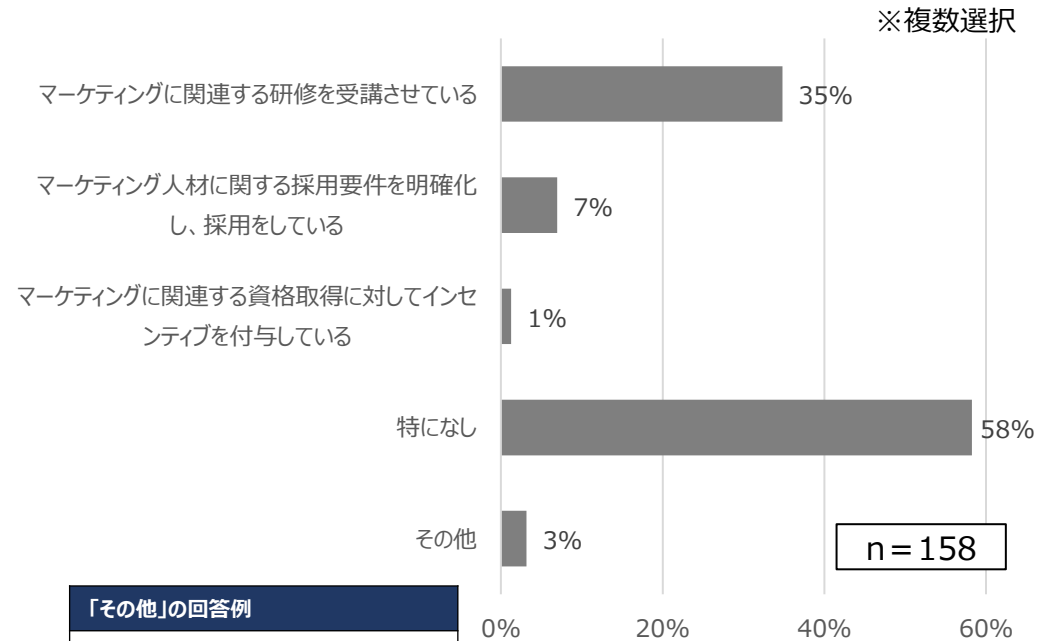
「その他」の回答例

- CEOが経験を有している
- 雇用期限があり、持続可能な状況ではない
- 他の組織と連携している

CMO以外のマーケティング専門人材の確保・育成の状況

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

■ 調査で回答を得られたDMOの約6割は、マーケティング専門人材の確保・育成に対して特に取組を実施していないと回答。



「その他」の回答例

- 専門家を登用し、ノウハウを蓄積している
- 研修・資格取得を受講予定

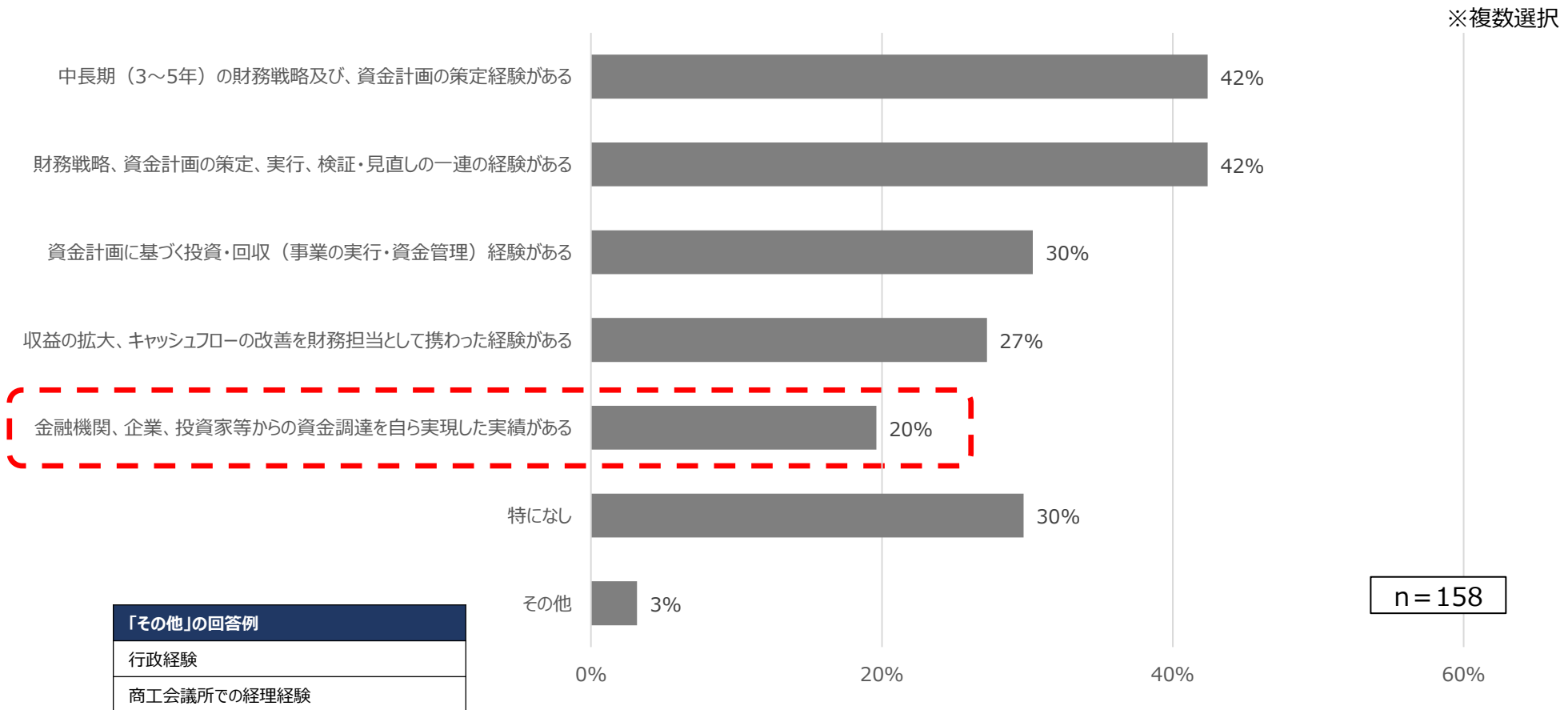
4. DMOの組織を持続可能にすべきではないか

・人材

現在のCFOの経験、知識、実績等

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

- 調査で回答を得られたDMOの約4割が、CFOについて「中長期の財務戦略及び資金計画の策定経験」「財務戦略、資金計画の策定、実行、検証・見直しの一連の経験」があると回答。
- 「金融機関、企業、投資家等からの資金調達を自ら実現した実績がある」は2割にとどまっている。



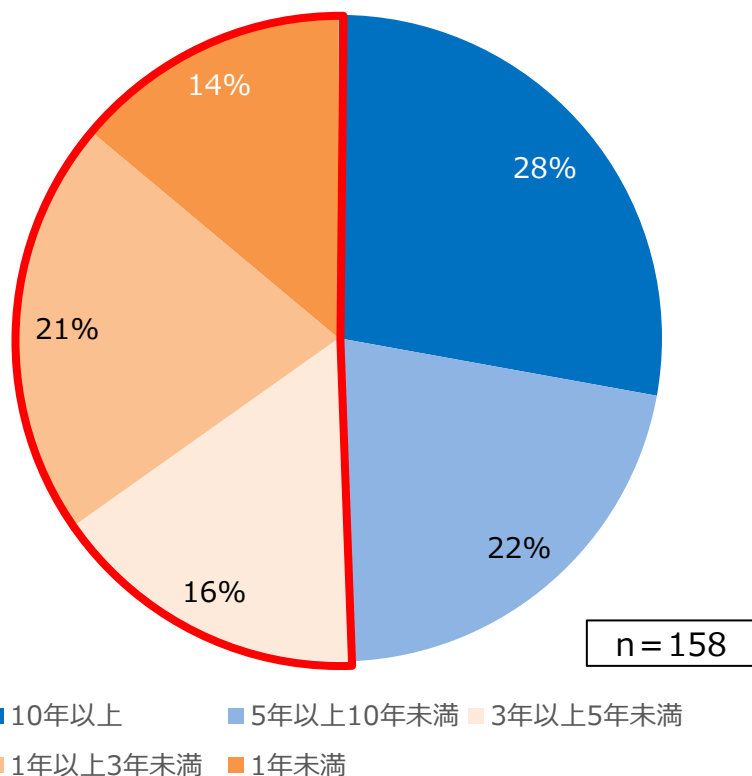
4. DMOの組織を持続可能にするべきではないか

・人材

現在のCFOの経験年数

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

- 調査で回答を得られた約5割のDMOでは、CFOの財務関連の実務経験年数が5年未満であると回答。

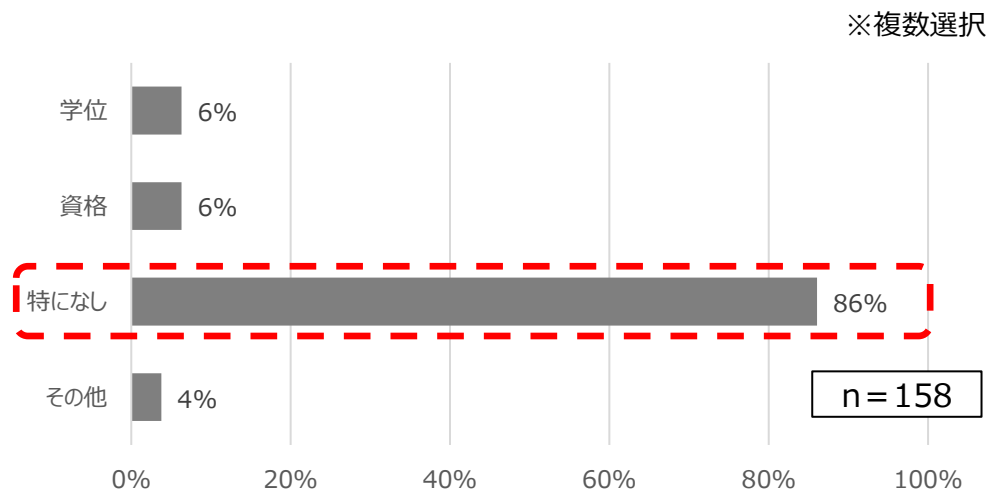


注) 観光分野に限らず、企業等での財務関連の実務経験を含む
所属するDMOの現在の在籍年数を含む

現在のCFOが保有する資格・学位の状況

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

- 調査で回答を得られたDMOの約9割が、CFOは財務関連に関する資格や学位を保有していないと回答。



「学位」の回答例	件数
経済学士	2
経営学士	2
MBA	3

「その他」の回答例	件数
研修受講	1

「資格」の回答例	件数
簿記検定	6
公認会計士	1
税理士	2
中小企業診断士	1

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

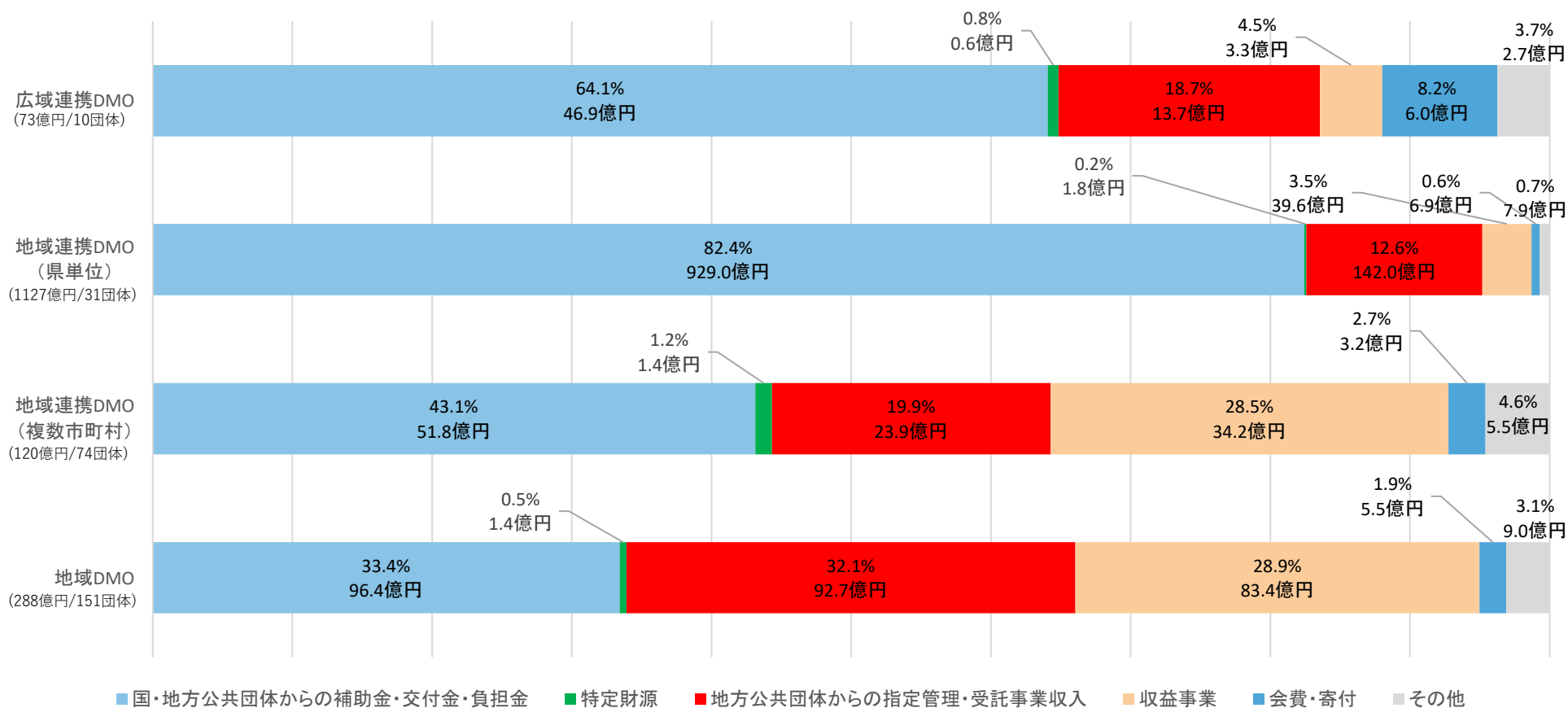
※地域全体を包括する情報発信・予約・決済機能をシームレスに提供するサイト

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

・財源（収入）

出典：「令和5年 登録DMO現状調査」

- 「地域連携DMO（県単位）」「広域連携DMO」では、「国・地方公共団体からの補助金・交付金・負担金」がそれぞれ約8割、約6割と高い一方、収益事業の割合が5%未満と少ない。
- 「地域連携DMO（複数市町村）」「地域DMO」は収益事業の割合は約3割。



※令和5年9月時点（最新決算値で調査）。数値について単位未満を四捨五入しているため、合計と内訳が一致しない場合がある。

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

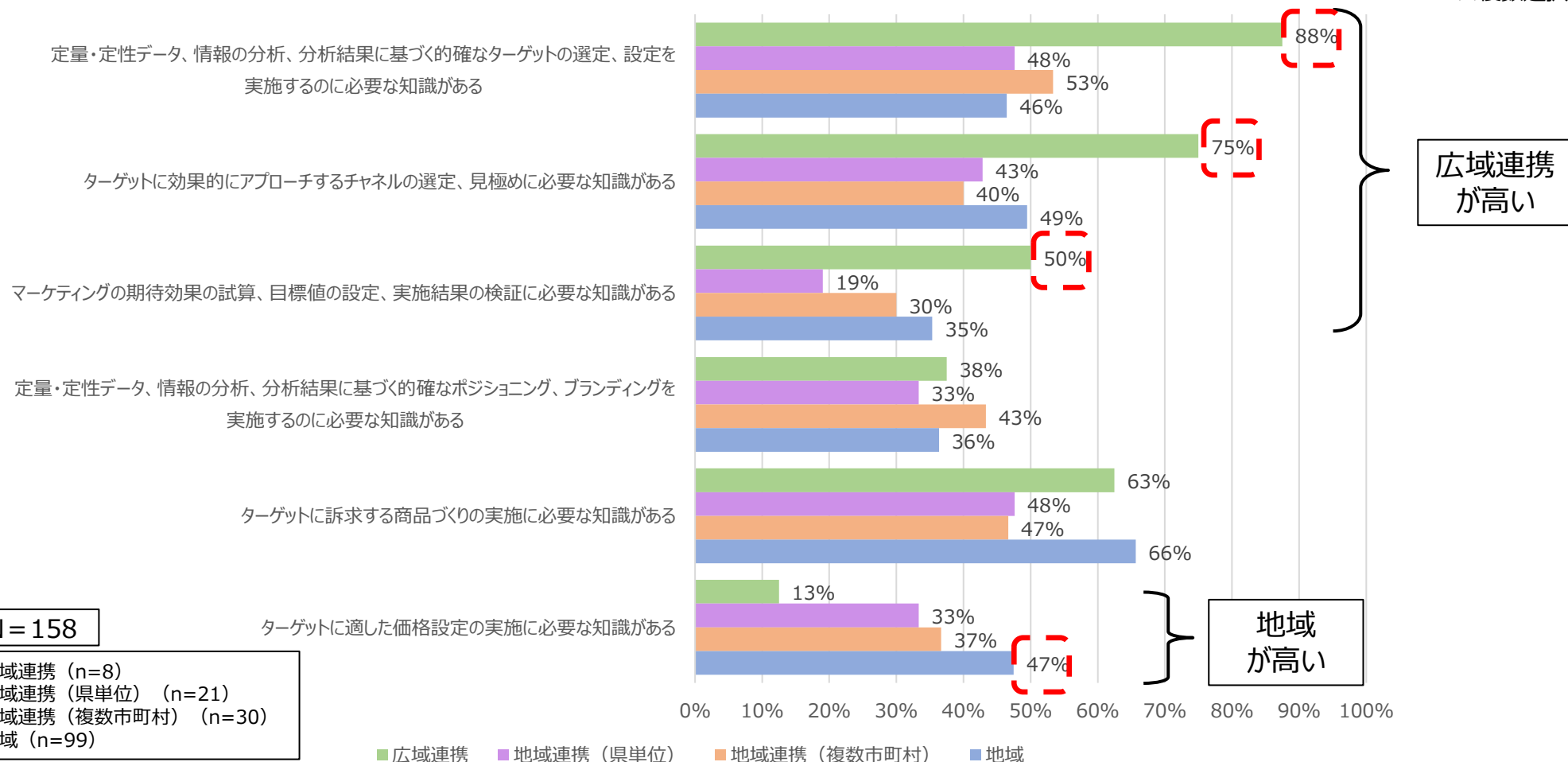
・人材 (CMOの知識)

現在のCMOの知識

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

- 調査で回答を得られた「広域連携DMO」のCMOは、他区分と比べて、知識を有している割合が高い傾向。
- ターゲットに適した価格設定については、「地域DMO」のCMOが他区分と比べて、知識を有している割合が最も高い。

※複数選択



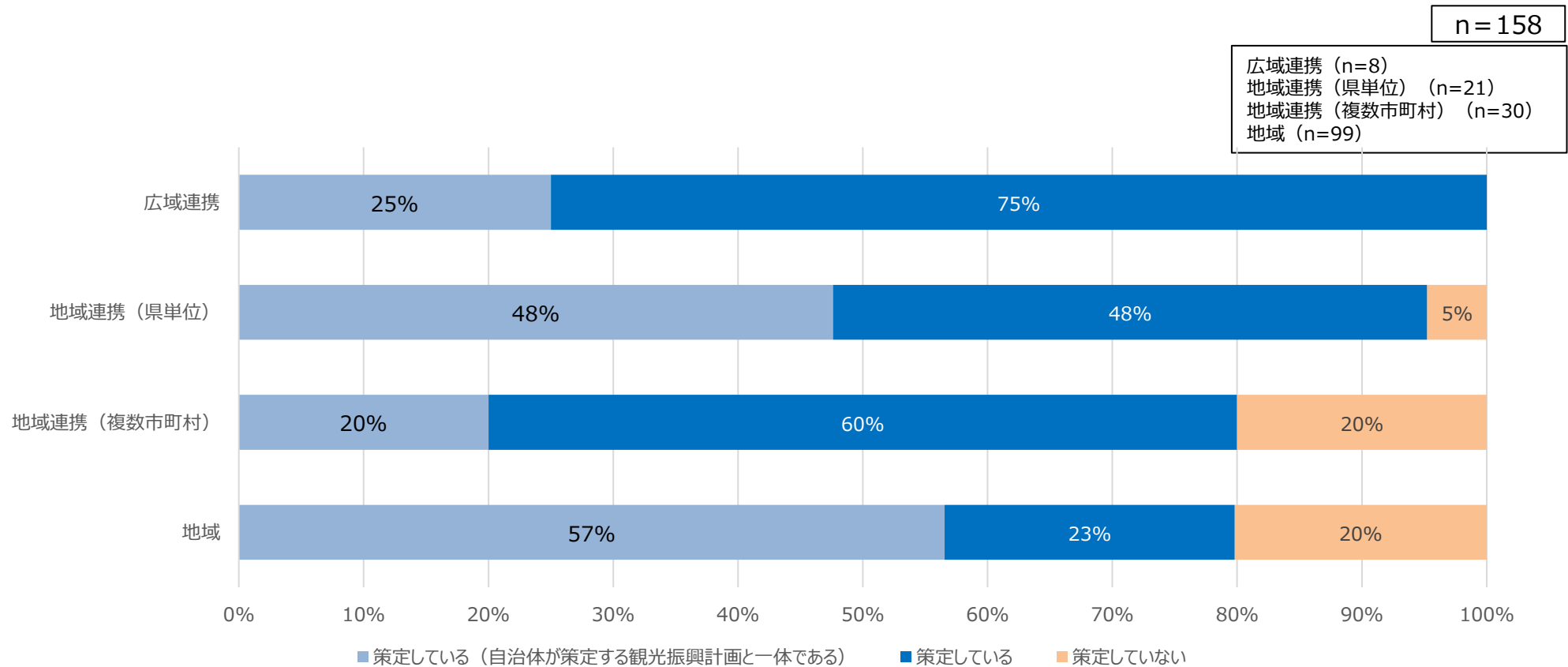
N = 158
 広域連携 (n=8)
 地域連携 (県単位) (n=21)
 地域連携 (複数市町村) (n=30)
 地域 (n=99)

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

・区分別 観光地経営戦略の策定状況

中長期にわたる観光に関する総合的な戦略（観光地経営戦略）の策定状況 出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

■ 調査で回答を得られたDMOにおいては、全般的に戦略が策定されているものの、「地域連携DMO（県単位）」「地域DMO」は、自治体が策定する観光振興計画と一体である場合が多い。



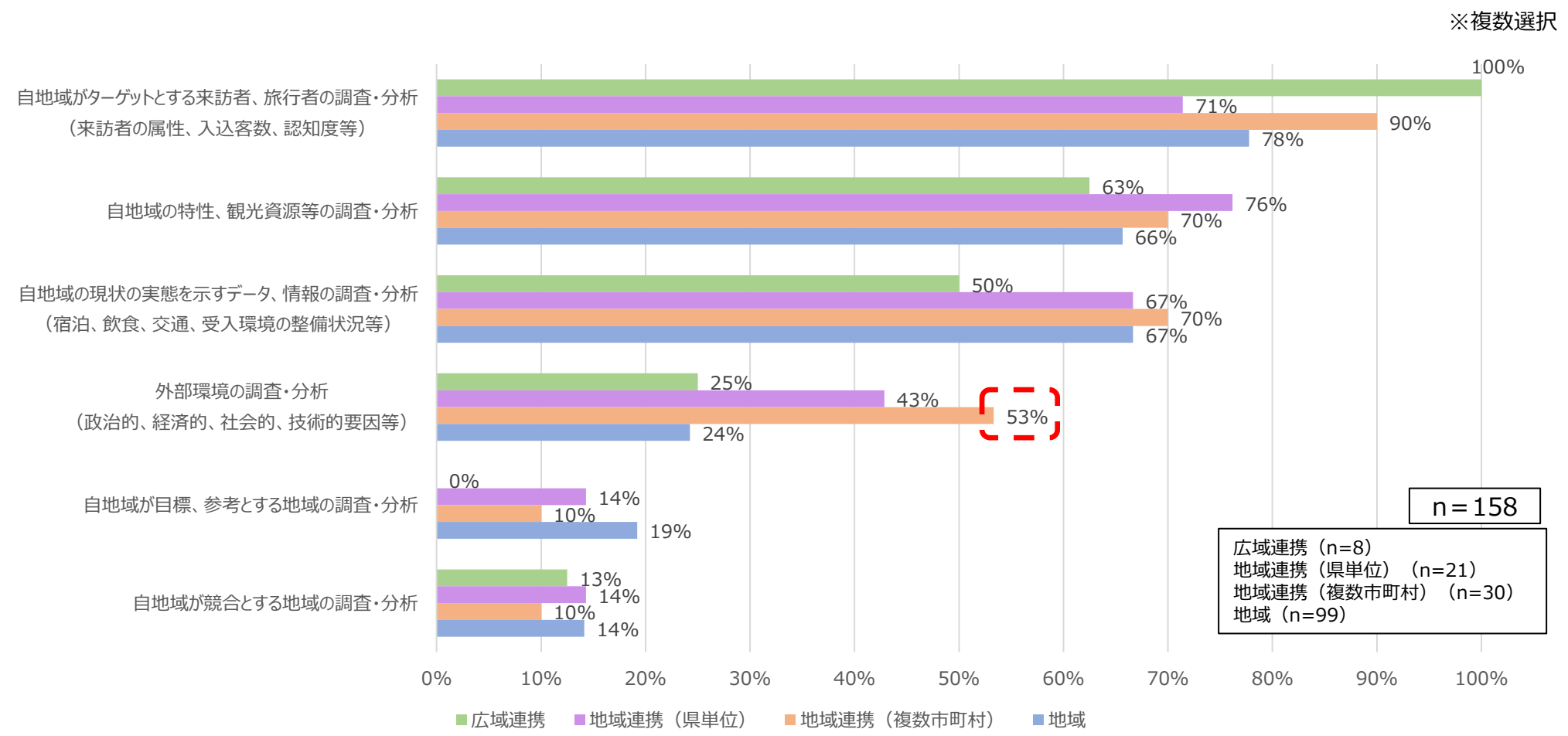
5. 各区分のDMOの役割を明確化し、連携を強化すべきではないか

・区分別 主な課題①：戦略策定のための環境分析

環境分析の実施状況

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

■「外部環境の調査・分析」については、調査で回答を得られた、DMOのうち地域連携DMO（複数市町村）の実施割合が最も高い（約5割）。



5. 各区別のDMOの役割を明確化し、連携を強化すべきではないか

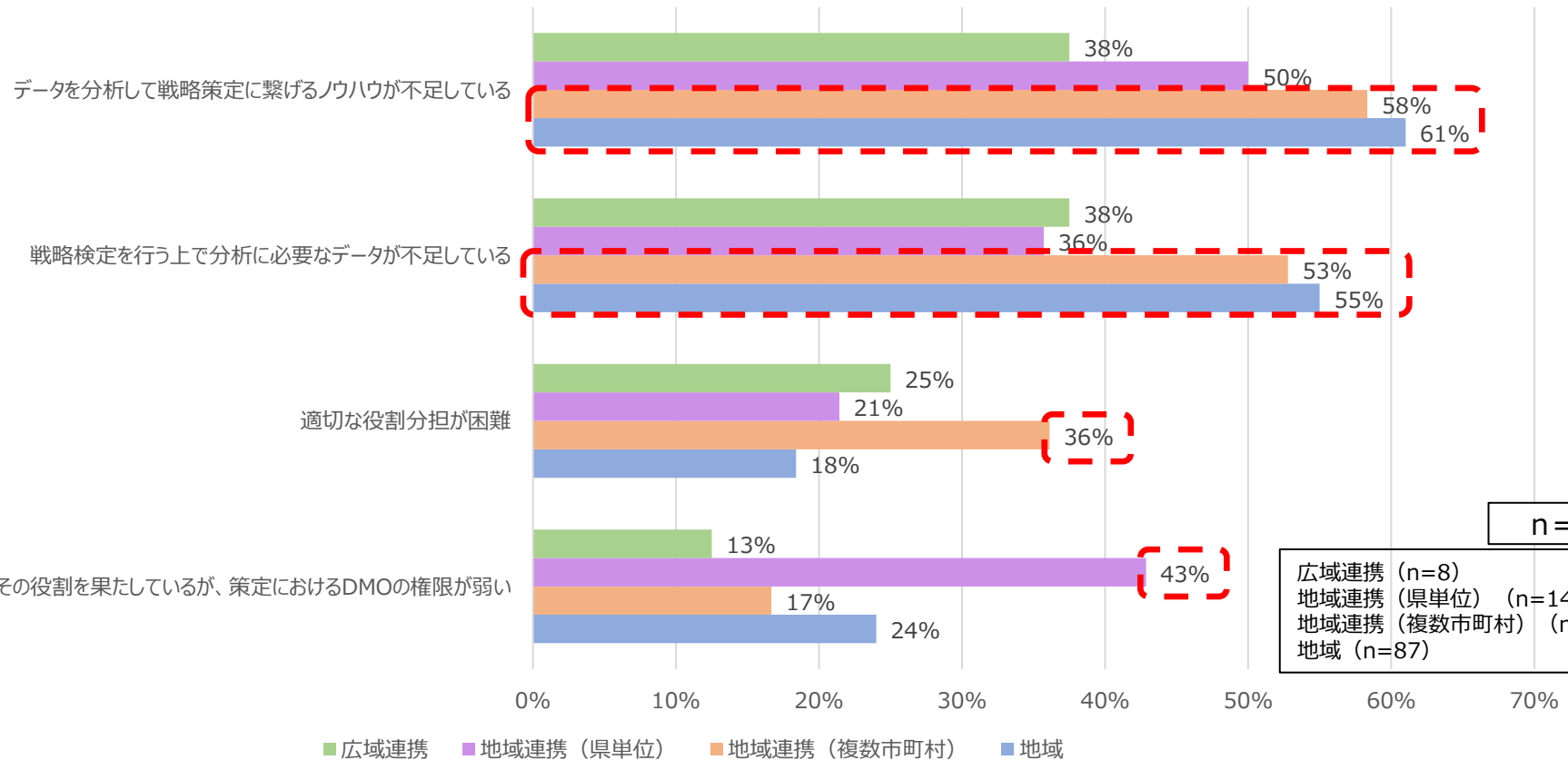
・区分別 主な課題②：戦略策定

戦略の策定において抱えている課題は何か

出典：「国内DMOの課題把握調査」（クロス集計）
※分析対象登録DMOのみ

■ 調査で回答を得られた「地域DMO」「地域連携DMO（複数市町村）」では、戦略の策定における課題として「データを分析して戦略策定に繋げるノウハウが不足している」「戦略策定を行う上で必要なデータが不足している」と回答したDMOの割合が高い。

※複数選択



n = 145

広域連携 (n=8)
地域連携（県単位） (n=14)
地域連携（複数市町村） (n=36)
地域 (n=87)

5. 各区別のDMOの役割を明確化し、連携を強化すべきではないか

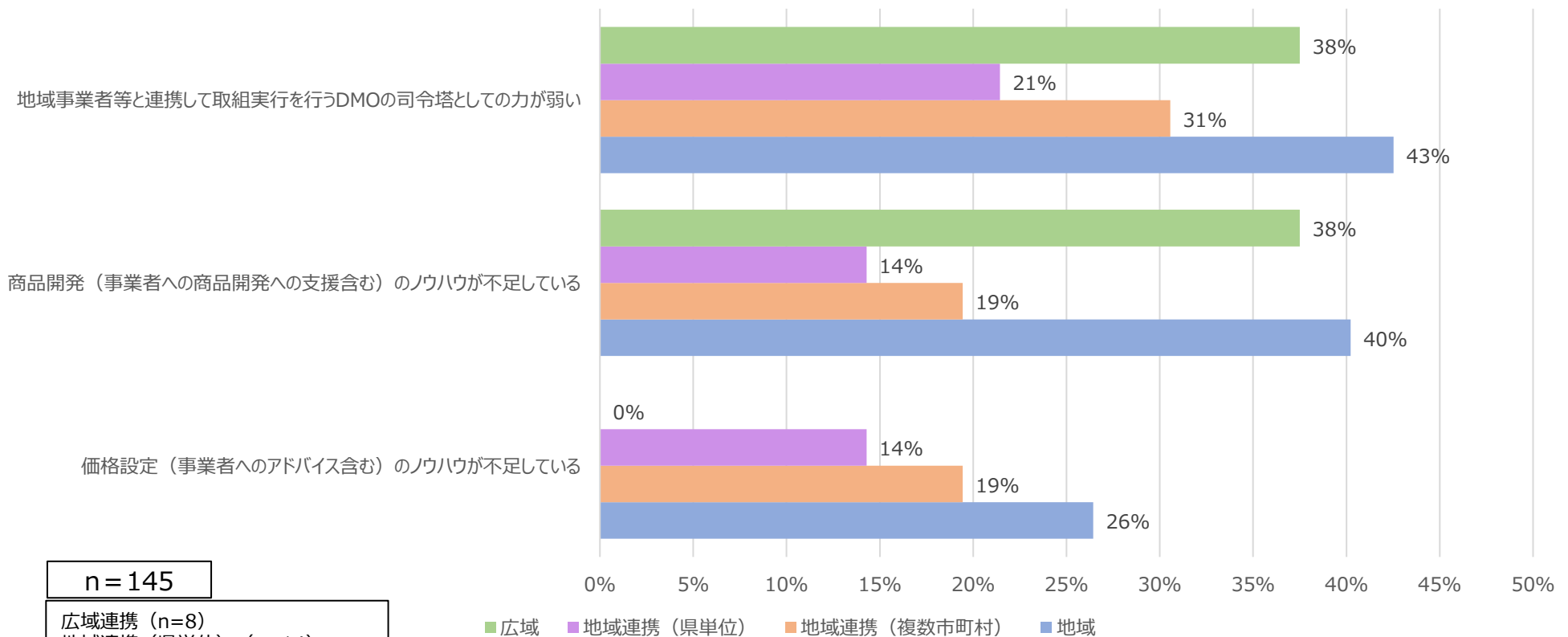
・区分別 主な課題③：マーケティング関連等

戦略に基づく取組を実行する上で抱えている課題

出典：「国内DMOの課題把握調査」（クロス集計）
※分析対象登録DMOのみ

- 調査で回答を得られた、いずれの区分のDMOも様々なノウハウの不足を課題として認識している。
- 調査で回答を得られた「地域DMO」の約3割が、「価格設定のノウハウが不足している」と回答。

※複数選択



n = 145

広域連携（n=8）
地域連携（県単位）（n=14）
地域連携（複数市町村）（n=36）
地域（n=87）

5. 各区別のDMOの役割を明確化し、連携を強化すべきではないか

・区分別 価値に見合った値付け／付加価値の向上（宿泊施設）

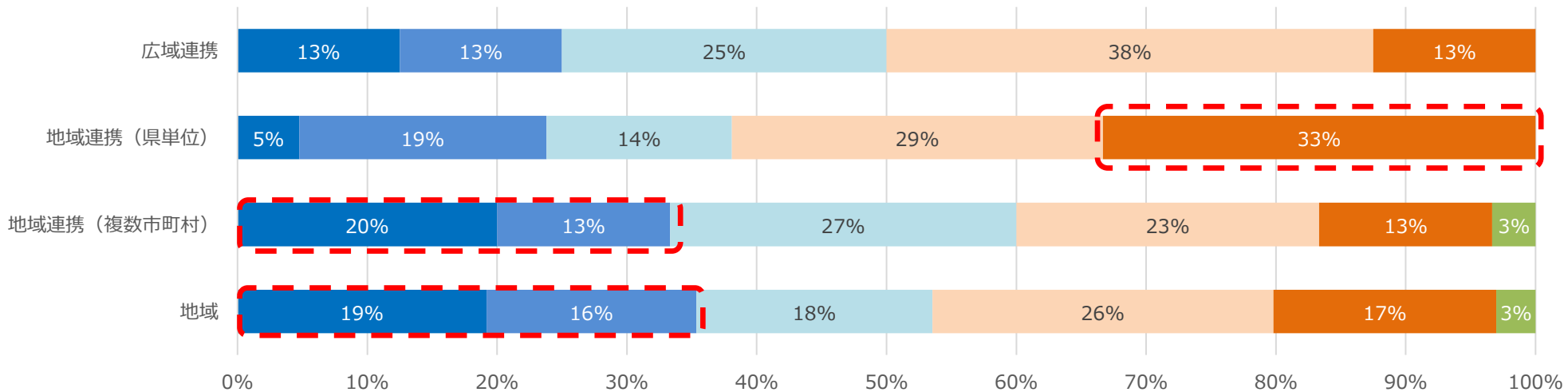
平均宿泊単価の把握、目標設定状況

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

- 調査で回答を得られた「地域DMO」「地域連携（複数市町村）DMO」の約3～4割が、平均宿泊単価を把握し、戦略・計画を策定していると回答。取組まで実施しているのはそれぞれ約2割。
- 「地域連携（県単位）DMO」の約3割が、平均宿泊単価に着目していないと回答。

n = 158

広域連携 (n=8)
 地域連携 (県単位) (n=21)
 地域連携 (複数市町村) (n=30)
 地域 (n=99)



- 地域の平均宿泊単価を把握、観光地/DMOとしての戦略・計画を策定、取組を実施している
- 地域の平均宿泊単価を把握し、観光地/DMOとしての戦略・計画を策定しているが、取組までは実施していない
- 平均宿泊単価に着目し、地域の平均宿泊単価を把握しているが、観光地/DMOとしての戦略・計画の策定までは実施していない
- 平均宿泊単価に着目し、今後観光地/DMOとしての戦略・計画の策定が必要とは考えているが、現状把握までは実施していない
- 平均宿泊単価には着目していない
- その他

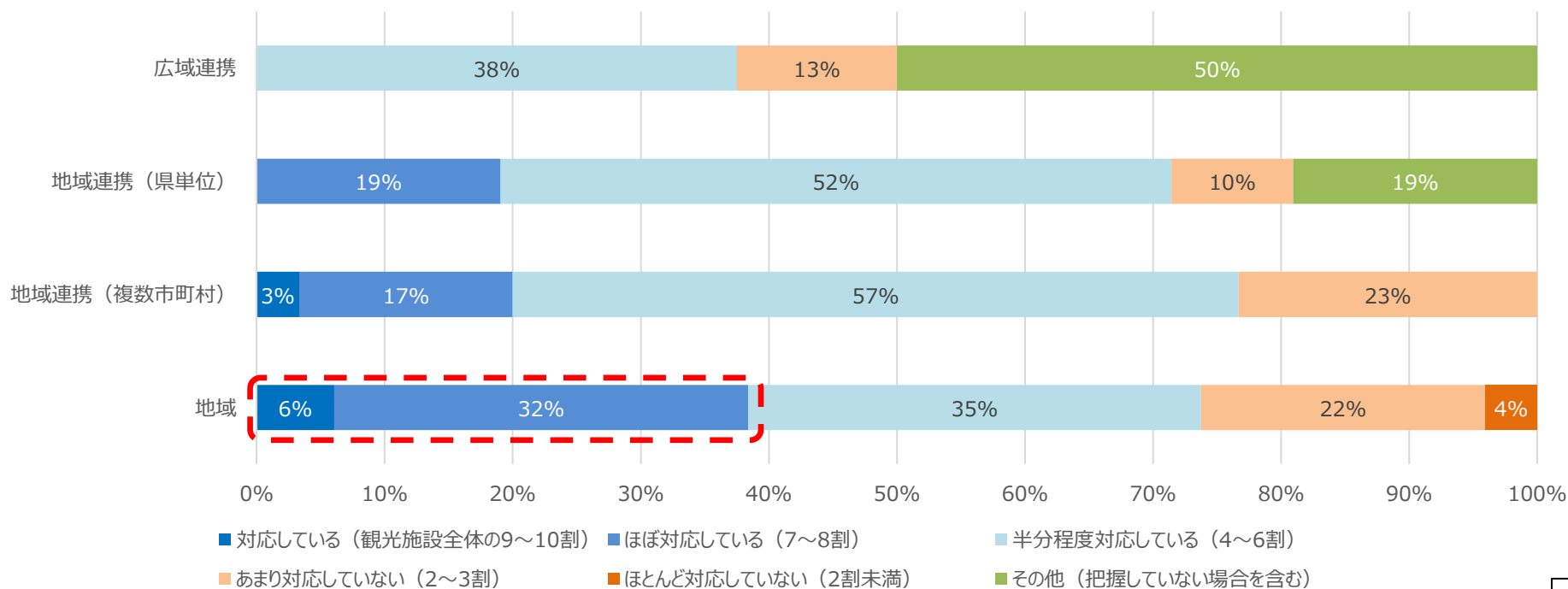
5. 各区別のDMOの役割を明確化し、連携を強化すべきではないか

・区分別 受入環境整備 (キャッシュレス)

【キャッシュレス】

出典：「DMOにおける組織運営等に関する実態調査」

- 調査で回答を得られた「地域DMO」の約4割が、主要観光スポットの7割以上がキャッシュレス決済に対応していると回答。
- マネジメントエリアが大きくなるほど、対応の割合が低くなる傾向。



n = 158

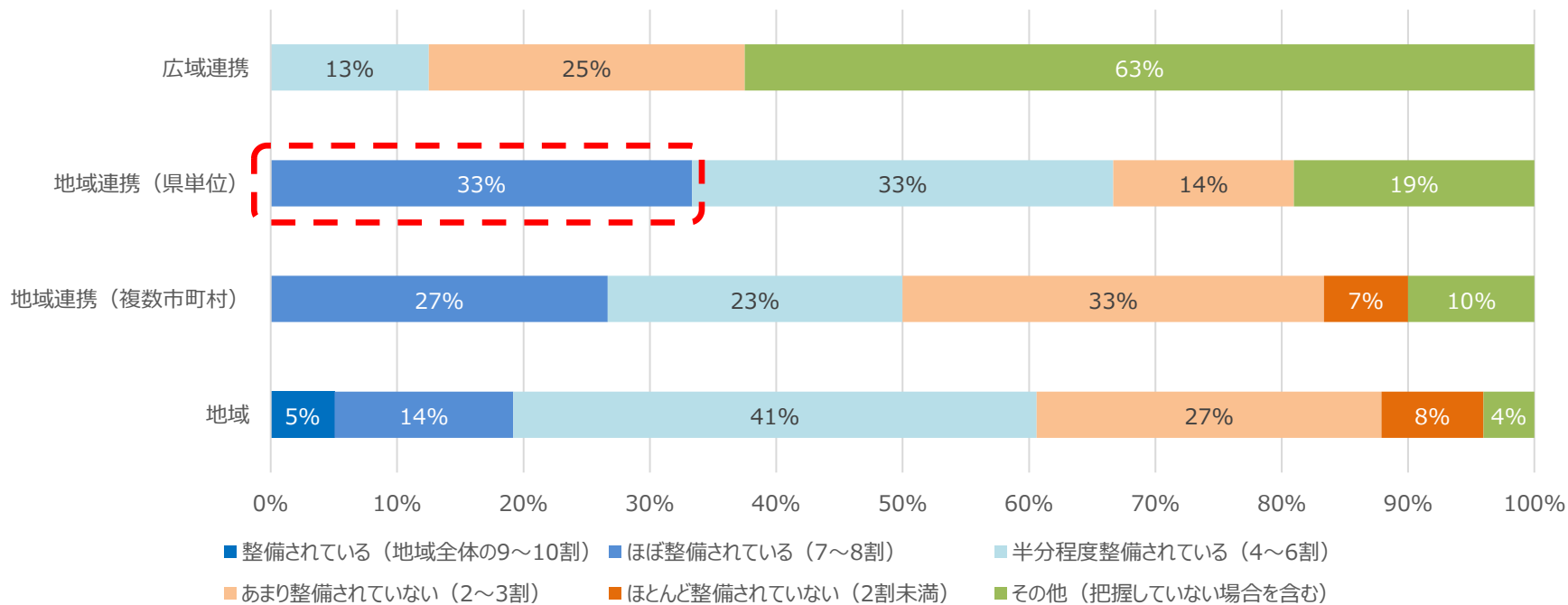
広域連携 (n=8)
 地域連携 (県単位) (n=21)
 地域連携 (複数市町村) (n=30)
 地域 (n=99)

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

・区分別 受入環境整備 (Wi-Fi)

【Wi-Fi】

■ 調査で回答を得られた「地域連携DMO（県単位）」の約3割が、主要観光スポットの7割以上で無料Wi-Fiが整備されていると回答し、他区分と比較して整備の割合が最も高い。



n = 158

広域連携 (n=8)
 地域連携 (県単位) (n=21)
 地域連携 (複数市町村) (n=30)
 地域 (n=99)

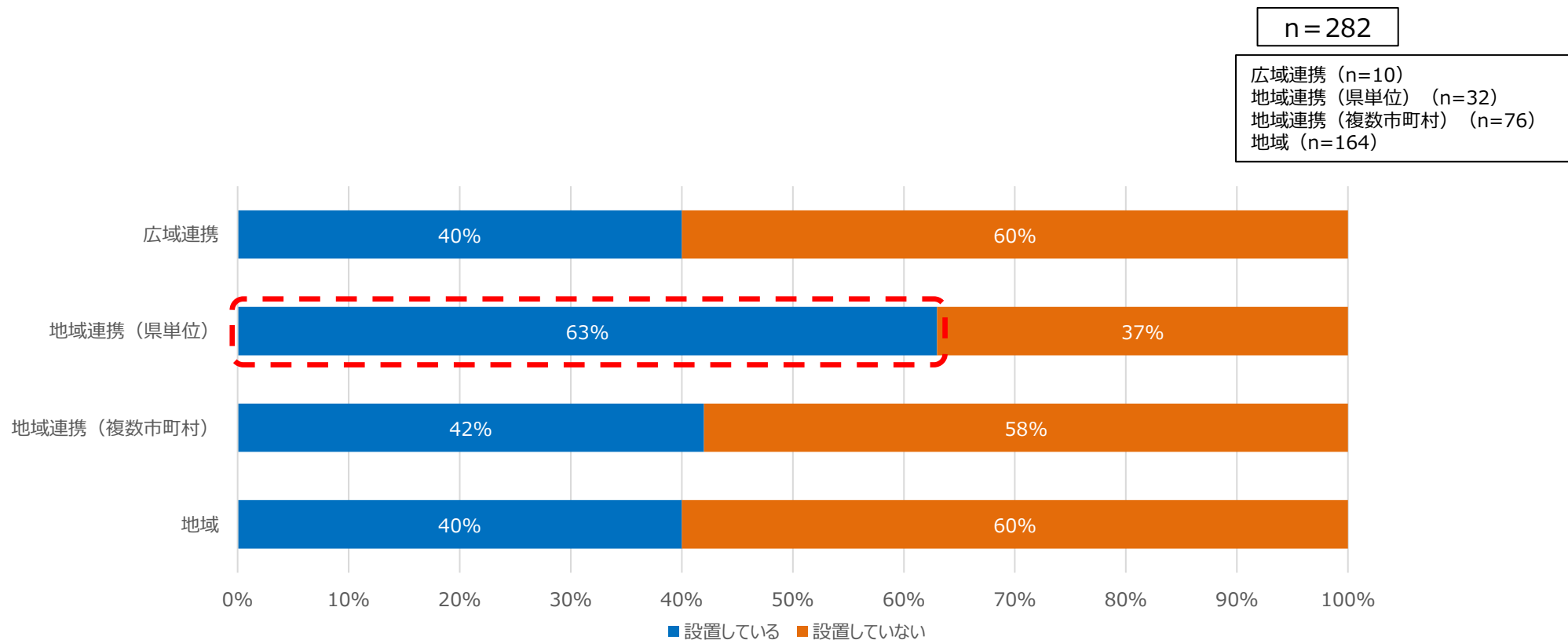
5. 各区別のDMOの役割を明確化し、連携を強化すべきではないか

・区分別 受入環境整備 (シームレスサイト)

登録DMOにおけるシームレスサイト設置状況

出典：「観光地域づくり法人 (DMO) 事業報告書」

■ 登録地域連携DMO (県単位) の約6割が、シームレスサイトを設置していると回答し、他区分と比較して設置の割合が最も高い。



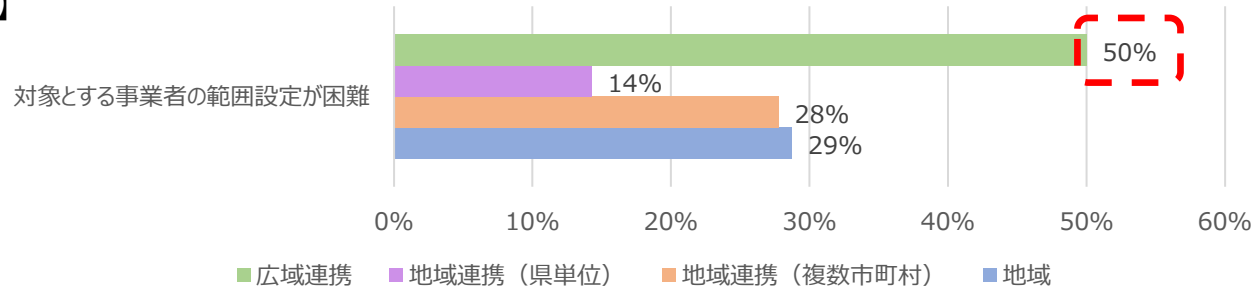
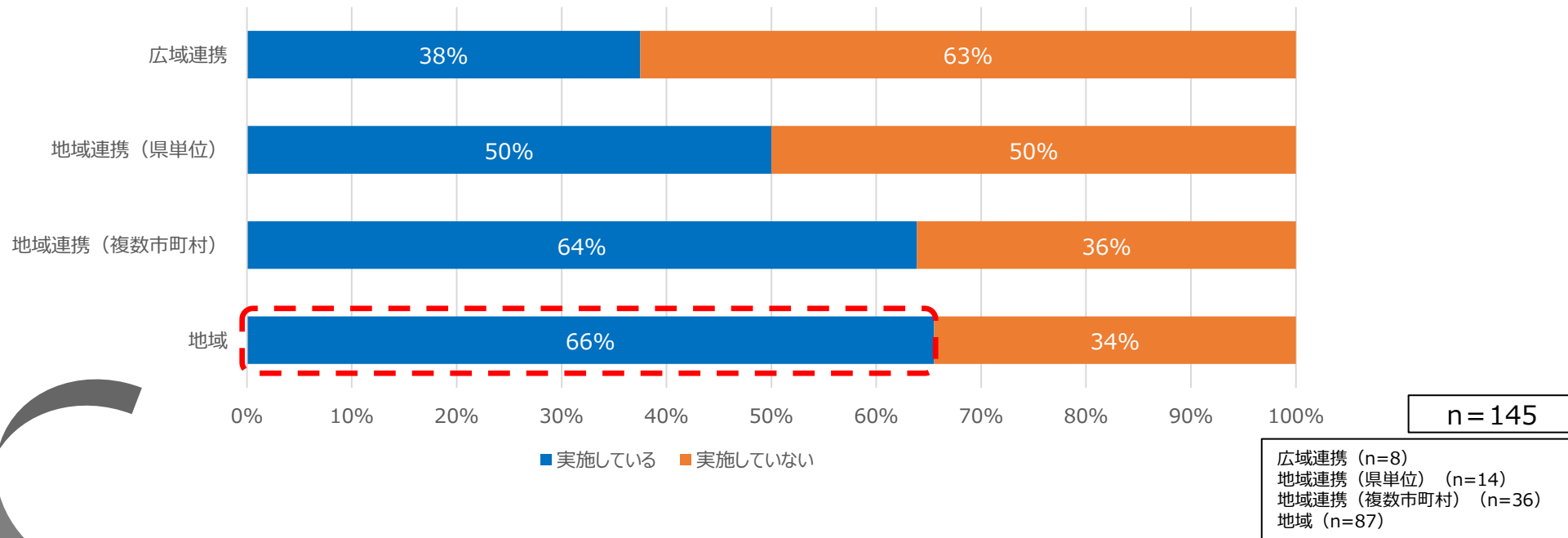
5. 各区別のDMOの役割を明確化し、連携を強化すべきではないか

・区分別 域内循環の向上（対事業者・業種）

観光による受益を「できる限り多くの事業者・業種へ波及」させる取組の実施の有無

出典：「国内DMOの課題把握調査」（クロス集計）
※分析対象登録DMOのみ

- 調査で回答を得られた「地域DMO」の約7割が、観光による受益を事業者等へ波及させる取組を実施と回答。
- マネジメントエリアが広がるほど割合が下がる傾向にあり、「広域連携DMO」は約4割と最も低い。



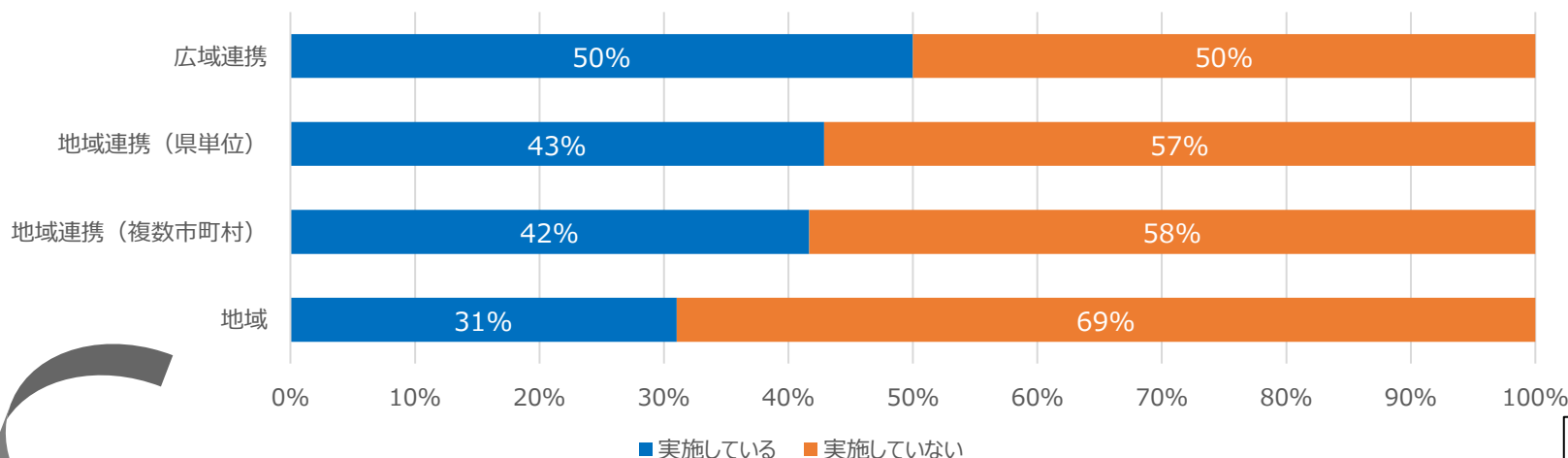
5. 各区別のDMOの役割を明確化し、連携を強化すべきではないか

・区分別 域内循環の向上（対観光従事者）

観光による受益を「観光従事者へ波及」させる取組の実施の有無

出典：「国内DMOの課題把握調査」（クロス集計）
※分析対象登録DMOのみ

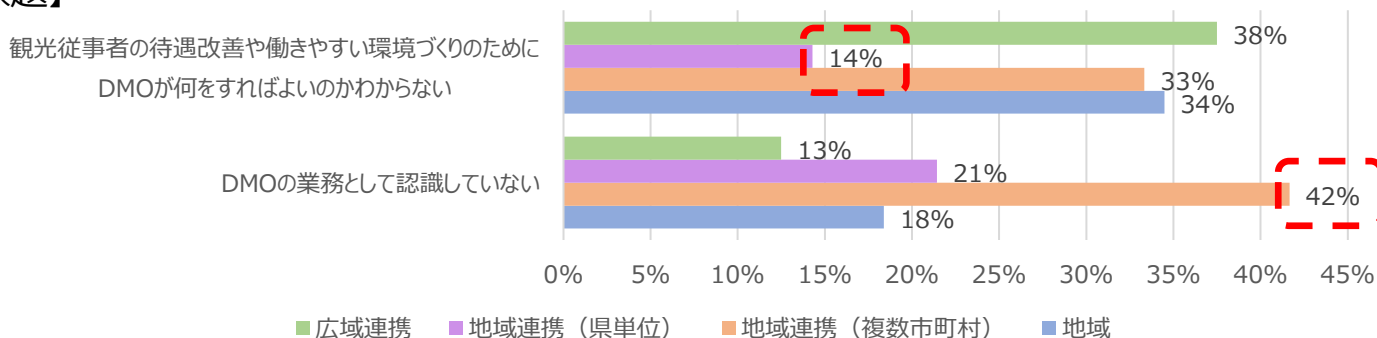
- 調査で回答を得られたDMOのうち、「広域連携DMO」が観光による受益を観光従事者へ波及させる取組の実施割合が最も高い（約5割）。
- 他方、「地域DMO」の実施割合は約3割と最も低い。



n = 145

広域連携 (n=8)
地域連携 (県単位) (n=14)
地域連携 (複数市町村) (n=36)
地域 (n=87)

【主な課題】



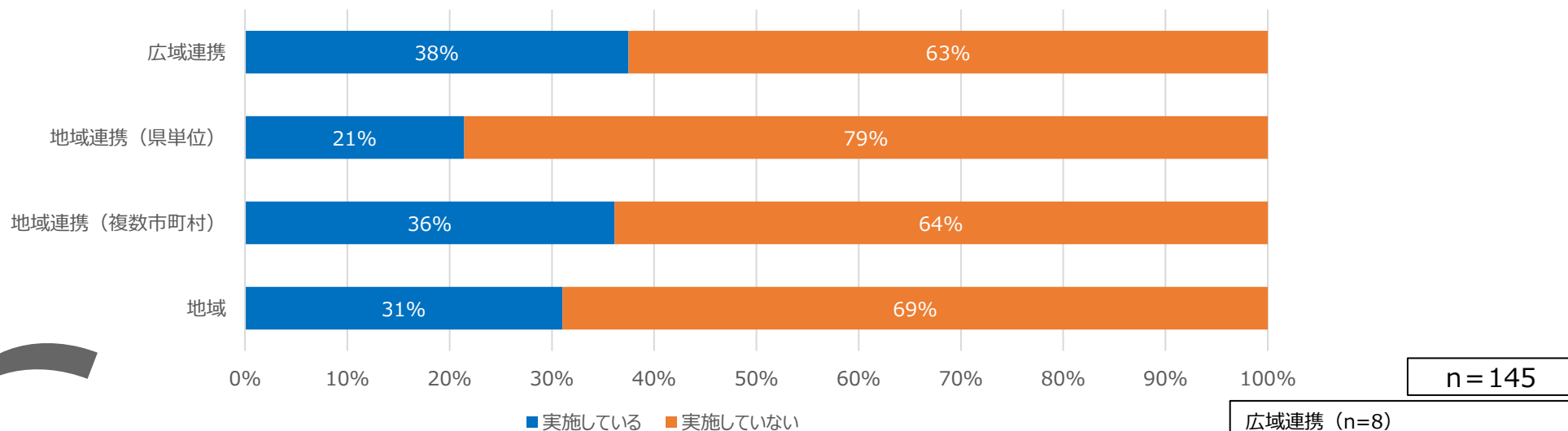
5. 各区別のDMOの役割を明確化し、連携を強化すべきではないか

・区分別 域内循環の向上（対住民）

観光による受益を「地域住民へ波及」させる取組の実施の有無

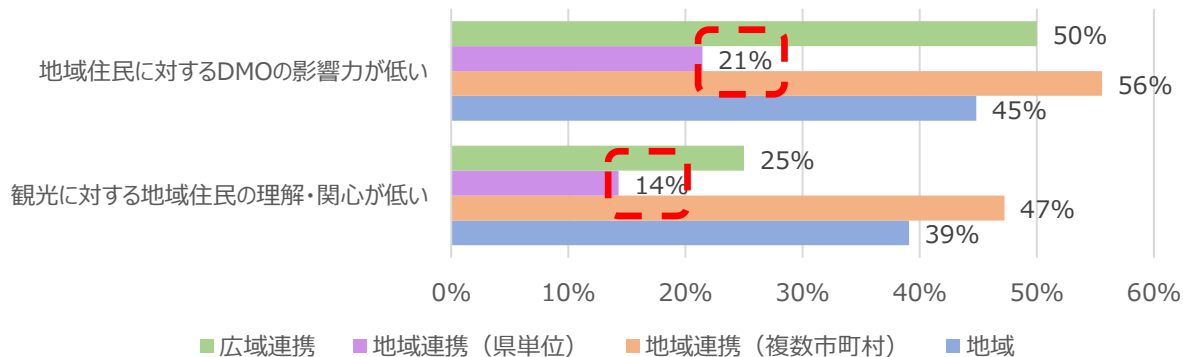
出典：「国内DMOの課題把握調査」（クロス集計）
※分析対象登録DMOのみ

- 観光による受益を地域住民へ波及させる取組については、調査で回答を得られた、いずれの区分でも実施割合が低い。
- 中でも、「地域連携DMO（県単位）」の実施割合は約2割と最も低い。



広域連携 (n=8)
地域連携（県単位） (n=14)
地域連携（複数市町村） (n=36)
地域 (n=87)

【主な課題】



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

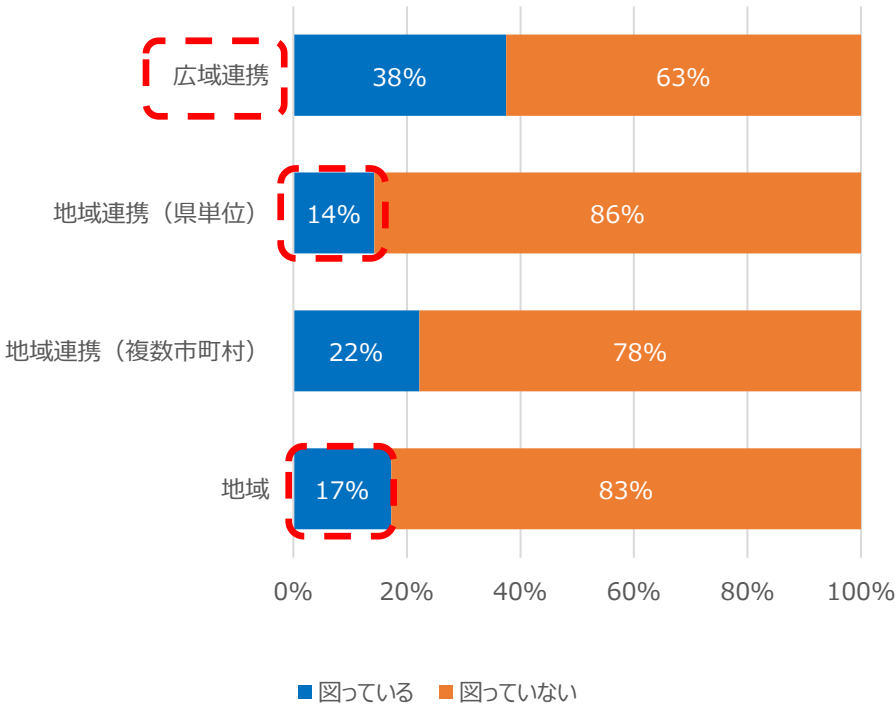
・他区分DMOとの連携（役割分担・整合）

- 調査で回答を得られたDMOのうち、「広域連携DMO」は、他の区分と比較して「戦略の策定時」「戦略に基づいた取組の実行」における連携割合が高い。
- 戦略が自治体が策定する観光振興計画と一体である割合が高かった（p 32参照）「地域連携DMO（県単位）」「地域DMO」においては、戦略策定時における他区分の戦略との役割分担・整合の割合は低い。

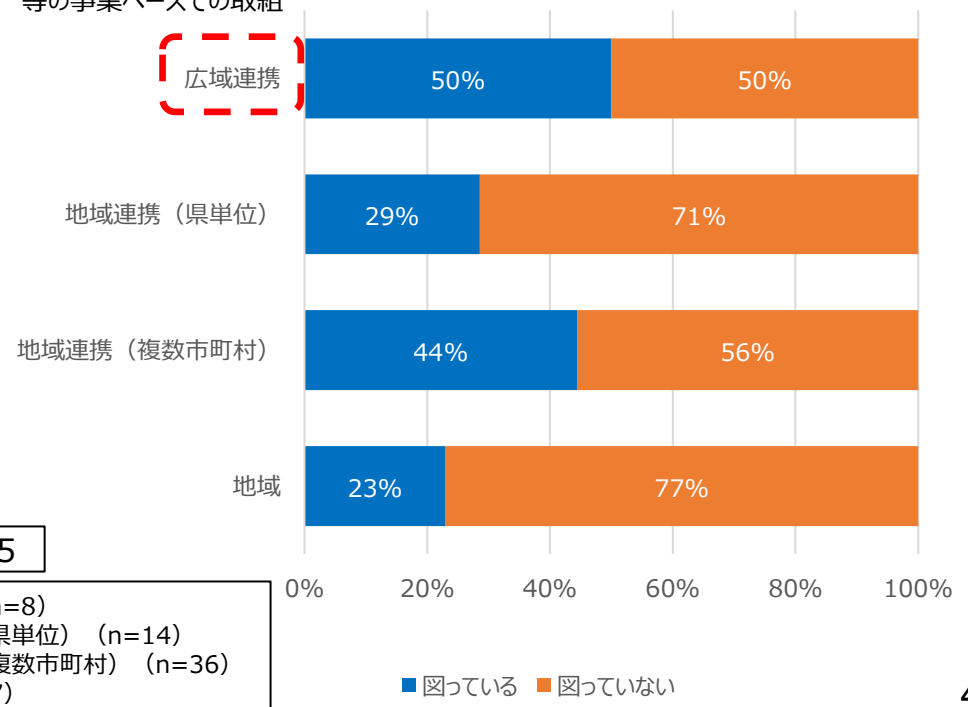
戦略の策定時 出典：「国内DMOの課題把握調査」（クロス集計）
 ※分析対象登録DMOのみ
 （役割分担や整合）

戦略に基づいた取組実行（商品造成、価格設定、販売、プロモーション） 出典：「国内DMOの課題把握調査」（クロス集計）
 ※分析対象登録DMOのみ
 （役割分担・情報共有や整合）

※STP戦略や4P戦略を踏まえた商品造成・価格設定・販売・プロモーション等の事業ベースでの取組



n = 145
 広域連携 (n=8)
 地域連携（県単位） (n=14)
 地域連携（複数市町村） (n=36)
 地域 (n=87)



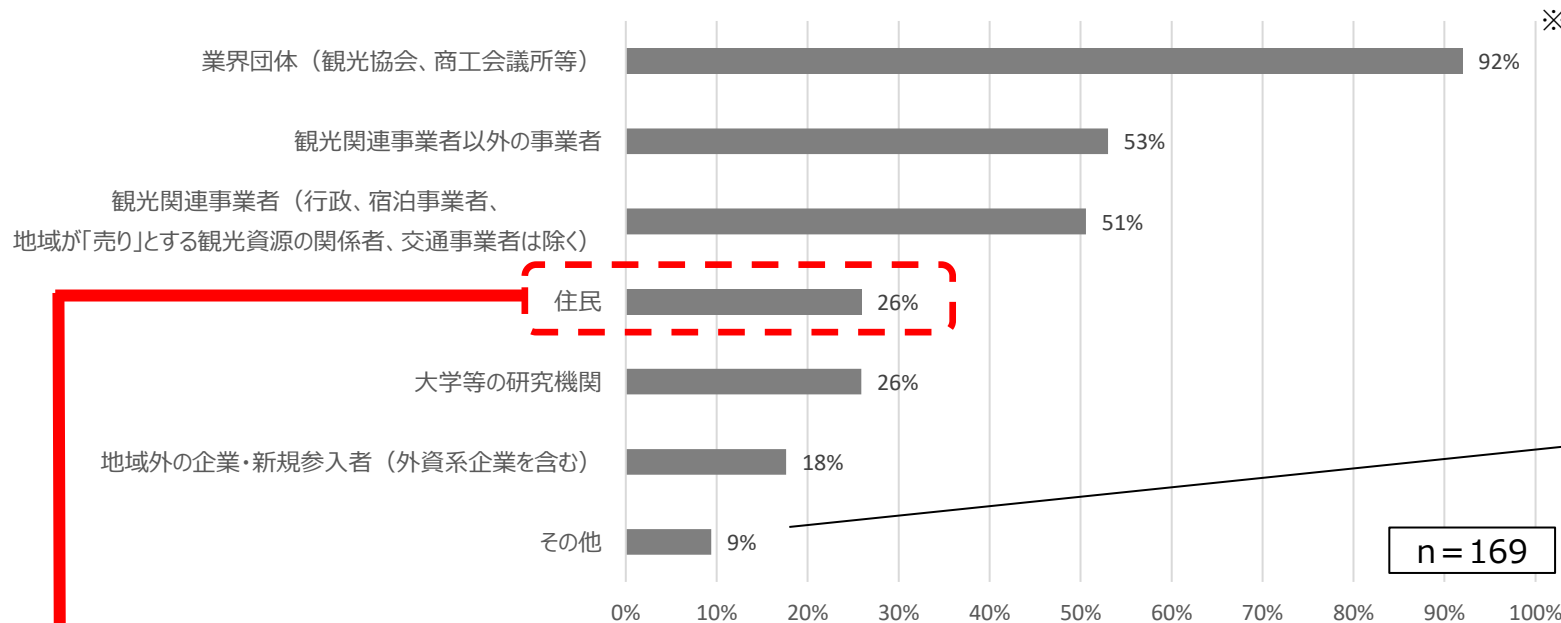
1. 実行性のある観光地経営戦略を策定し、それに沿って取組を実施すべきではないか
2. インバウンド誘客の基盤となる受入環境整備に力を入れるべきではないか
 - ・多言語化（含ネイティブチェック）
 - ・キャッシュレス
 - ・Wi-Fi
 - ・シームレスサイト※
3. 消費拡大・地域裨益を促進すべきではないか
 - ・価値に見合った値付け／付加価値の向上（観光コンテンツ、宿泊施設、地域産品等）
 - ・域内循環の向上
4. DMOの組織を持続可能にすべきではないか
 - ・組織ガバナンス
 - ・人材
 - ・財源
5. 各区分のDMOの役割を明確化し、連携を強化すべきではないか
 - ・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

地域の方向性に関する合意形成・調整（戦略策定）を行っている関係者

出典：「国内DMOの課題把握調査」

■ 調査で回答を得られたDMOの約9割は、「戦略策定」において業界団体との合意形成・調整を行っている。一方、「戦略策定」において「住民」と合意形成・調整を行っているDMOは約3割にとどまっている。さらに、DMOの区分別に見ると広域連携DMOでは、「戦略策定」において「住民」と合意形成・調整は行っていない。



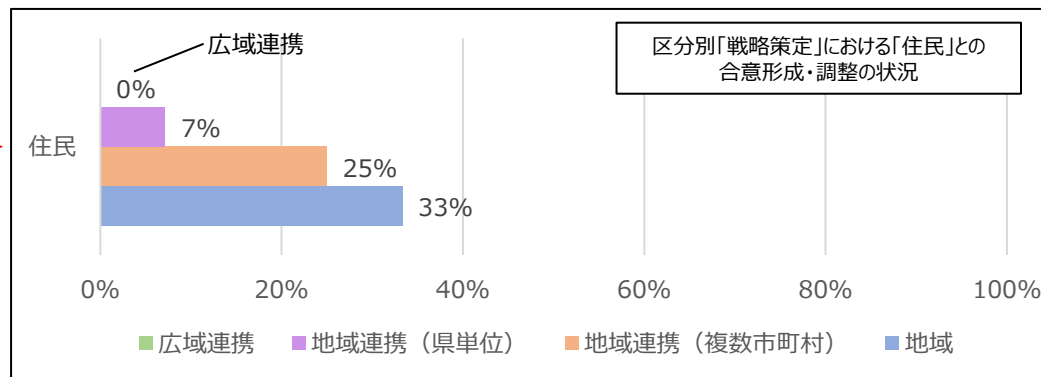
※複数選択

行政、宿泊事業者、地域が「売り」とする観光資源の関係者、交通事業者については登録要件のため除外

「その他」の回答例

- 金融機関
- 会員
- 評議員
- 文化協会

n = 169



区分別「戦略策定」における「住民」との合意形成・調整の状況

広域連携 (n=8)
 地域連携 (県単位) (n=14)
 地域連携 (複数市町村) (n=36)
 地域 (n=87)

[参考]DMOアンケート調査概要

【観光地域づくり法人(DMO)における組織運営等に関する実態調査】

対 象 : 登録・候補DMO

調 査 期 間 : 2月20日～3月1日

回 答 数 : 158 (登録:133 候補:25)

調査の大項目

1. DMOの組織運営、役職の定義、設置状況
2. DMOのCMO、CFOに求める経験、実績等
3. DMOのCMO、CFOに求める経験、実績等
4. マーケティングの実施状況
5. インバウンドの受入環境整備状況

なお、本資料には今年度実施した以下の調査等の結果も一部再掲する。

調査名	対象	調査期間	回答数
令和5年 登録DMO現状調査	登録DMO	9/7～10/13	266
国内DMOの課題把握調査	登録・候補DMO	11/20～12/15	169
観光地域づくり法人(DMO)事業報告書	登録DMO	事業年度終了後4か月以内	282