

観光振興セミナー2024

オープン・ラボ Online

～観光の新たなカチ・カタチ～

地域住民から頼られるDMOになる
～必要な事業設計のSTEPとは？～

2024年6月13日（木）

株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター

研究員 森 成人



▲本講演資料はこちらのQR
コードからDLいただけます



じゃらんリサーチセンター 研究員 森 成人 (もりなるひと)



- ・株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター 研究員
- ・一般社団法人気仙沼地域戦略（観光庁DMO法人） 理事／CFO
- ・気仙沼市復興アドバイザー
- ・観光庁 広域周遊観光促進専門家派遣に登録

（これまでの仕事）

2013年：4月より経済同友会からの出向者として気仙沼市に派遣

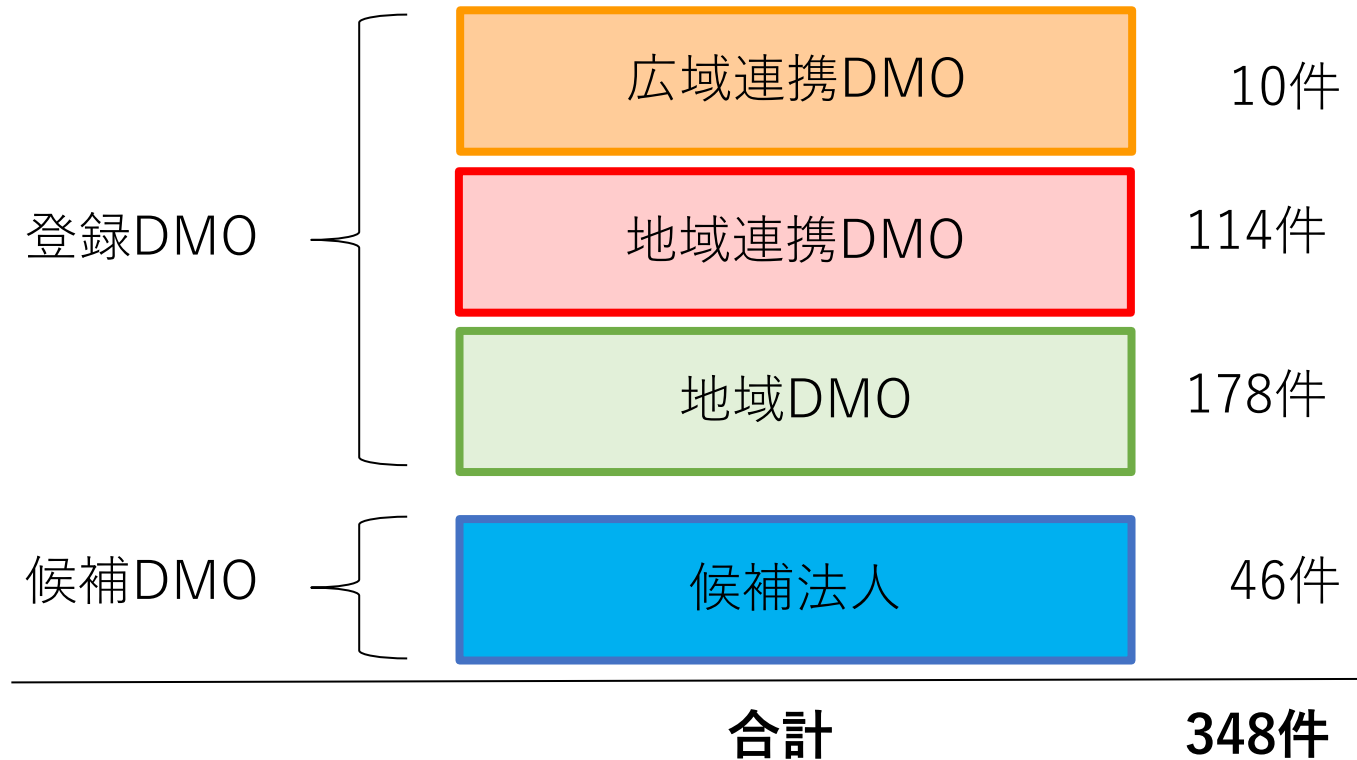
合計6年間の現地での勤務を通じて、被災地で直接住民と復興支援事業を協力推進

2016年：3月にスイスツェルマットDMO視察、1年後に気仙沼にDMO法人を設立

2017年：4月より現職（研究テーマ：DMO／リモートワーク・ワーケーション）

2015年7月より始まったDMO登録制度から今年で10年目
 現在全国で**合計348件**が法人登録されている
**ただ多くのDMOで持続的に経営していけるか
 という悩みを抱えているところも多い**

【日本版DMOとして登録されている件数（登録DMOの件数）】



令和6年3月29日時点

地域経営がうまくできているDMO

継続して発展性のあるDMO法人に必要な要素

DMOの取り組み自体が地域の資産をつくられているか？

現実には、

①国の補助金を費消していく形の事業がほとんど…

→事業にとって重要なのはきちんと費消できたかどうかであり、その事業の結果により地域への消費ならびにDMO組織への成果還元が可視化できていないため、うまくいってもいかなくても組織にあまり影響がない。

②さらにほとんどが単年度予算、単年度事業…

→予算が単年度のため、次年度以降に向けその事業をどう積み上げるのか？
といった戦略性がそもそも持っていない事業も存在する可能性がある。

STEP①他地域の事例研究（講演）

まずはどんなDMOの事業経営の型があるのかを他地域の事例から研究する

持続的な地域経営を他地域の事例から研究する

ではどう地域経営をしていけばよいか？ 今回は他地域の事例から実際に研究してみる

【経営の分類】

DMC型

と

DMO型

地域の観光活性化につながる
自主収益事業を主体として
地域経営していくモデル

地域行政などとスキームを組んで
地域の観光活性化につながる
公益事業を主体として
地域経営していくモデル


STEP ①他地域の事例研究（講演）

まずはどんなDMOの事業経営の型があるのかを他地域の事例から研究する

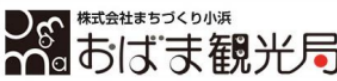
持続的な地域経営を実現しているスタイルはさまざま

※一部、DMO法人ではない事例あり。自地域のまちづくりに参考になる事例が重要としてDMO法人登録の有無にかかわらず事例を収集している


DMC型




ふるさと納税
活用型事例




観光事業直営型
事例




物産施設活用型
事例




旅行業主導型
事例



空き家対策主導型
事例



着地型商品
重視型事例



スポーツコンベンション・教育旅行活用型事例

DMO型



財源運用型事例



行政主導部会型事例



DMO・DMC
バランス型事例



DMO法人
主導部会型事例

今回の研究

(具体的内容)

今後の事業運営に悩む観光まちづくりを行う法人に
事前に準備した**検討STEP (次ページ後述)**をベースに**実際にアドバイザーとして**
月1回程度伴走しながら、新たな事業づくりやアクションプランづくりを行っていく

(対象地域)

以下4つ

- ・株式会社プラット米沢 (山形県米沢市にあるDMO法人)
- ・一般社団法人 京都府北部地域連携都市圏振興社 (通称：海の京都DMO)
- ・株式会社8 Peaks family (長野県茅野市を中心とした八ヶ岳・諏訪湖エリアにあるDMC)
- ・一般社団法人 田辺市熊野ツーリズムビューロー (和歌山県田辺市にある先駆的DMO)

(こういう状況の地域の方におススメ)

- ・毎年事業は行っているが続かず単年度で終わるものが多い
- ・事業がどんどん増えていって業務が回らなくなっている
- ・取りあえずDMO法人をつくろうか悩んでいる
- ・総花的な事業になってきていてDMOの進む方向性が見えない

具体的な検討STEP

どんな地域経営を行っていくべきかの検討のSTEPは以下5つのフロー

講演

① 他地域の事例研究

ワーク
1.2

② 現状業務・ありたい姿の棚卸し

ワーク3

③ 実現するための課題

ワーク4

④ 実現するための役割分担

ワーク5

⑤ 具体的なアクションプランづくり


STEP ①他地域の事例研究（講演）

まずはどんなDMOの事業経営の型があるのかを他地域の事例から研究する

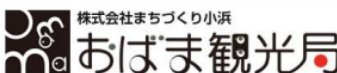
持続的な地域経営を実現しているスタイルはさまざま

※一部、DMO法人ではない事例あり。自地域のまちづくりに参考になる事例が重要としてDMO法人登録の有無にかかわらず事例を収集している

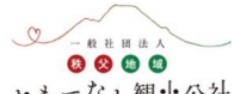
DMC型




ふるさと納税
活用型事例




観光事業直営型
事例




物産施設活用型
事例




旅行業主導型
事例



空き家対策主導型
事例



着地型商品
重視型事例



スポーツコンベンション・教育旅行活用型事例

DMO型



財源運用型事例



行政主導部会型事例



DMO・DMC
バランス型事例



DMO法人
主導部会型事例

STEP ②現状業務・ありたい姿の棚卸し（ワーク1）

Prj.No.	①現在取り組んでいる事業	②今年度末までに行うこと	③行う上での課題

STEP ②現状業務・ありたい姿の棚卸し（ワーク2）

今度は今行っている事業を一つずつ未来があるのかの棚卸しを行う

Prj No.	Prj name.	
<p>① 3～5年後の この事業のありたい姿は？ ～具体的な事業成果は何か？～</p>	<p>② 住民からこの業務にどんな 期待をされているか？ ～この業務を通じた地域で の役割は？～</p>	<p>③ この業務をやめると地域は何を 失うのか？ ～地域に何の資産が残るのか？～</p>
<p>④ この業務が進んでいることを 示せる目標は何か？</p>		
<p>⑤ この業務の財源は？ (公益事業？ 収益事業？)</p>		

STEP ②現状業務・ありたい姿の棚卸し（ワーク2）

今度は今行っている事業を一つずつ未来があるのかの棚卸しを行う

Prj No.	Prj name.	
① 3～5年後の この事業のありたい姿は？ ～具体的な事業成果は何か？～	② 住民からこの業務にどんな 期待をされているか？ ～この業務を通じた地域で の役割は？～	③ この業務をやめると地域は何を 失うのか？ ～地域に何の資産が残るのか？～
④ この業務が進んでいることを 示せる目標は何か？		
⑤ この業務の財源は？ (公益事業？収益事業？)		

STEP ③ ③ありたい姿を実現するための課題（ワーク3）

未来がある事業の選別ができればそこへたどり着くための課題とサポートしてほしいことを言語化していく

Prj No.	Prj name.	
<p data-bbox="98 448 571 532">① 3～5年後の この事業のありたい姿は？</p>	<p data-bbox="668 448 1035 532">② ありたい姿へ 到達するための課題</p>	<p data-bbox="1219 448 1881 532">③ 課題を解決するために必要な取り組み サポートしてほしいこと</p>

STEP ③ ③ありたい姿を実現するための課題（ワーク3）

未来がある事業の選別ができればそこへたどり着くための課題とサポートしてほしいことを言語化していく

Prj No.	Prj name.	
① 3～5年後の この事業のありたい姿は？	② ありたい姿へ 到達するための課題	③ 課題を解決するために必要な取り組み サポートしてほしいこと

STEP ④ ありたい姿を実現するための地域での役割分担（ワーク4）

その事業を地域全体でどう実現していくのかを検討する
（つまりDMOの役割がどこかを明確にする）

Prj No.	Prj name.
① 3～5年後の この事業のありたい姿は？	
② ありたい姿へ 到達するための課題	
③ 課題を解決するために必要な取り組み、 サポートしてほしいこと	


```

graph TD
    Admin[行政  
役割] --- DMO[DMO  
役割]
    TourismAssoc[観光協会  
役割] --- DMO
    Chamber[商工会議所  
役割] --- DMO
    Operator[観光事業者  
役割] --- DMO
    
```

STEP ④ ありたい姿を実現するための地域での役割分担（ワーク4）

その事業を地域全体でどう実現していくのかを検討する
（つまりDMOの役割がどこかを明確にする）

Prj No.	Prj name.
① 3～5年後の この事業のありたい姿は？	
② ありたい姿へ 到達するための課題	
③ 課題を解決するために必要な取り組み、 サポートしてほしいこと	


```

    graph TD
      DMO[DMO 役割] --- Admin[行政 役割]
      DMO --- TourismAssoc[観光協会 役割]
      DMO --- Chamber[商工会議所 役割]
      DMO --- TourismBiz[観光事業者 役割]
  
```

STEP ⑤ ありたい姿を実現するための戦略（ワーク5）

これまでのワークを通じて明確になったものを以下アクションプランに落とししていく

①戦略として採用するPrj.名	②今年度末の成果目標 (KPI)	③具体的に今年度行う取り組み	④担当組織

STEP ⑤ ありたい姿を実現するための戦略（ワーク5）

これまでのワークを通じて明確になったものを以下アクションプランに落とししていく

①戦略として採用するPrj.名	②今年度末の成果目標 (KPI)	③具体的に今年度行う取り組み	④担当組織

これらの検討を通じて出た地域のアウトプット（事例）

実際に地域に伴走した具体例

プラットヨネザワ株式会社（山形県米沢市にあるDMO法人）

BEFORE（検討した中での課題・気づき）

（課題）

- ・DMO設立から2年で現在進めている取り組みが年間で20を超え多岐にわたりすぎて業務量がひっ迫
- ・たくさんの事業は行えているが、それら各事業の最終ゴールや今後の優先順位など関係者内でのすりあわせがまだできてなかった

AFTER（具体的な戦略）

（課題に対して）

全事業を再度グルーピングし直しそれぞれのグループごとの目標を明確化
当面は以下3つを主軸にDMOの戦略と人員構成を再検討

- ①米沢市の観光ポータルプラットフォーム事業
- ②インバウンドランドオペレーター事業
- ③地域産品の物販事業

実施した地域側の感想

- 何のために何をゴールにやるのか明確になりリソースの無駄を省け、目的を持って遂行できた。
- 日本でも早くからDMO活動をスタートし、さまざまな取り組みにチャレンジされてきた知見からいつも親身にサポートくださいます。何を優先してどのように推進していくとよいかが、不慣れな者でも理解しやすく助かります。
- 良くも悪くも走りながら進めていたところで、目指すべき姿を整理し、進むべき方向を整理・認識合わせする良い機会となった。ファシリテーションの仕方も勉強になった。
- 他地域の先行もしくは類似事例を教えていただき、良いインプットになった。
- DMOの活動については、計画を確実に遂行していく過程で、どうしても目の前のタスクに追われる場合があります。森さんのサポートで、常にどこに向かって進むのかを明確にしながら、戦略の適性を見直せるのは、非常に良い機会です。また、ダブルワークのメンバーもいる中で意識をすり合わせる機会になりました。

プラットフォーム株式会社（山形県米沢市にあるDMO法人）

（これまでの取り組み）

- ①人流分析用車両データ収集
- ②金流分析クーポンデータ収集事業
- ③イベントにおけるアナログデータの収集
- ④宿泊データ収集事業
- ⑤BIツール開発事業
- ⑥イベントスケジューラー事業
- ⑦地域の情報発信データベースの整備事業
- ⑧地域が連携したSNS情報発信事業
- ⑨DMOオウンドメディア事業
- ⑩マーケティング分析事業
- ⑪インバウンドに向けたアドベンチャーコンテンツ造成
- ⑫インバウンド台湾事業
- ⑬インバウンド韓国向け
- ⑭高付加価値化事業
- ⑮ふるさと納税事業運営
- ⑯ふるさと納税新商品づくり事業
- ⑰探究型学習×地域発注型旅行商品の造成事業
- ⑱オープンファクトリー開催
- ⑲Yamagata OTA開発
- ⑳ふるさと納税全サイト受託化
- ㉑米沢観光戦略会議運営事業
- ㉒置賜メディア戦略会議運営
- ㉓レポート・契約業務
- ㉔採用業務
- ㉕企業版ふるさと納税実施
- ㉖興譲館探究学習事業
- ㉗高額旅行商品開発
- ㉘看板商品創出事業

今後の最重要なアクションプラン

全事業を再度グルーピングし直し
それぞれのグループごとの目標を明確化
当面は以下3つを主軸にDMOの戦略と人員構成を再検討

- ①米沢市の観光ポータルプラットフォーム事業
- ②インバウンドランドオペレーター事業
- ③地域産品の物販事業

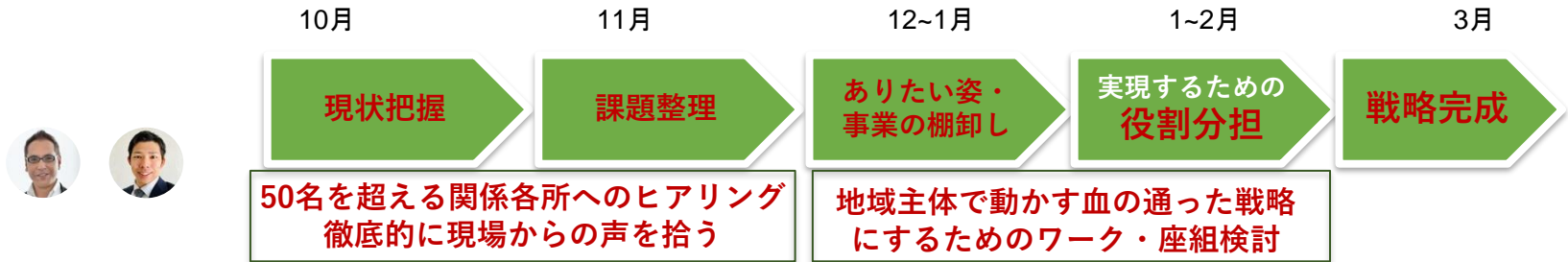
これまで28個独立してあった取り組みを
今後の最重要なアクションプランに基づいて
優先順位を再検討

一般社団法人 京都府北部地域連携都市圏振興社（通称：海の京都DMO）

京都府北部エリア5市2町 天橋立（宮津）・伊根・舞鶴・京丹後などを所管するDMO



戦略改定伴走のマイルストーン



それぞれの役割

エリアプロデューサー
京都担当 前田 将汰



ステークホルダーヒアリング

課題の認識合わせ

- ①戦略整理(週1回ベース)
- ②ステークホルダーとの協議 (行政会議・事業者会議・取締役会 計7回)

既存事業・方向性の棚卸
先進地視察・DMOの学習

方向性
チューニング



研究員
森 成人

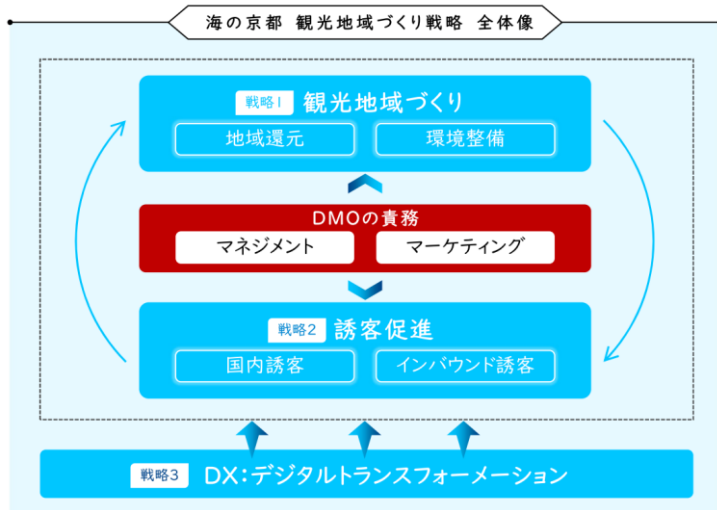
月2~3回程度オンラインで壁打ち(社内会議+海の京都DMO・リクルート合同会議)

海の京都DMO総合企画局 幹部・じっくりMTG
11月 終日
1月 1泊2日



一般社団法人 京都府北部地域連携都市圏振興社（通称：海の京都DMO）

具体的なアクションプラン



		- 戦略ラインナップ -	
		地域全体戦略	戦略に紐づくDMO事業方針
戦略1	観光地域づくり	地域還元 <ul style="list-style-type: none"> ① 海の京都エリア全体での地産地消の促進による生産者への還元 ② ふるさと納税制度の推進による地域財政への還元 ③ 地域課題に基づくテーマの戦略化検討 	<ul style="list-style-type: none"> 魅力的な食の活用促進 海の京都コイン旅先納税事業、旅行券事業の推進 人材研修・システム導入の検討と実施 住民満足度等、観光の地域還元に関する調査、報告
	環境整備	<ul style="list-style-type: none"> ① 海の京都観光圏整備計画との連携 ② レスガンスイブルツーリズム/ユニバーサルツーリズムの推進 ③ 公共交通との連携、駅からの移動手段の充実 	<ul style="list-style-type: none"> 海の京都観光圏整備計画の改定業務および意見の集約・反映 レスガンスイブルツーリズム、ユニバーサルツーリズムに関する学習機会の提供、情報の集約・発信 デジタルマップ等を活用した公共交通の可視化、エリア間交通に関する実証のとりまとめ
戦略2	共通	<ul style="list-style-type: none"> ① 自然・文化・営み・繋がりによって愛着を持つ「ロイヤルカスタマーの創出・拡大」 ② 通年、全曜日の宿泊観光の推進 	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊予約基盤の構築 国内BtoC基盤の海外BtoC基盤への拡張
	誘客促進	インバウンド <ul style="list-style-type: none"> ① レスガンスイブルツーリズム推進による地域に理解ある上質な旅行者の獲得 ② 春、秋、平日の宿泊稼働向上に資するFIT誘客プロモーション 	<ul style="list-style-type: none"> 欧米豪を中心としたBtoBの事業の推進、手配体制の整備 情報発信・予約・決済可能な海の京都インバウンドHP (BtoC向け) の新規構築
	国内	<ul style="list-style-type: none"> ① 高付加価値旅行の促進、受け入れ環境の充実化 ② 春、秋の誘客促進/地域づくりと連携した春・秋の食・文化のブランディング ③ 可処分所得・時間を有し平日の宿泊旅行が可能な旅行者の誘客 	<ul style="list-style-type: none"> 高単価旅行者向けの誘客・ロイヤリティ向上施策の検討 国内旅行基盤の構築 各市町の催し等の情報を取得・案内できる仕組みづくり 観光イベントの実施・出展、国内ツアー造成
戦略3	DX	<ul style="list-style-type: none"> ① 地域づくりに関する各指標を収集と開示 ② 地域全体を包括する情報発信・予約・決済が可能なHPの作成 ③ 来訪者とのデジタルタッチポイントを増やし顧客情報を収集 ④ DXシステムの地域内製化とDXノウハウの蓄積 	<ul style="list-style-type: none"> 地域づくりに資するデータ収集と活用 DXシステムの地域内製化とノウハウの蓄積・展開

一般社団法人 京都府北部地域連携都市圏振興社（通称：海の京都DMO）

京都府北部エリア5市2町 天橋立（宮津）・伊根・舞鶴・京丹後などを所管するDMO

BEFORE（検討した中での課題・気づき）

課題①

エリア全体の観光地域づくりの認識不一致

目指す観光地域づくりのビジョン、ステークホルダーの役割、戦略で取り組む範囲・運用方法が決まっていないため、DMOの事業範囲が決められない。

課題②

DMO実施事業の目的、規模が不明瞭

ふるさと納税事業(電子ギフト)、インバウンドBtoB事業がDMO事業の柱として確立されつつあるが、目的・ゴール・プロセスの共通認識が持たれていない。

AFTER（具体的な戦略）

（課題①に対して）

VMV・ステークホルダーの役割の明文化。地域づくり戦略に紐づくDMO事業の体系化。

（課題②に対して）

ふるさと納税事業(電子ギフト)は地域財政への還元を主目的に利用シーンや、住民還元を拡張。インバウンドBtoBはグローバルにおける海の京都ブランドをレスポンスブルーツーリズムの観点で確立し、BtoCマーケットへシャワー効果を目指す。

実施した地域側の感想

- ・適切なプロジェクトマネジメントにより、期限内の戦略策定に貢献いただいた。
- ・ノウハウやネットワークを活かし、地域・DMO事業の強みを明らかにするとともに、関係者の意見調整や論点整理等適切に実施いただいた。

株式会社 8 Peaks family

長野県茅野市を中心に、八ヶ岳・諏訪湖エリアの事業者が集まって観光振興をはじめ地域課題解決のための事業を行う観光まちづくり会社（DMC）
主に二つの事業プラットフォームに分けてアクションプランを検討している

- ① **8 Peaks resort** : 八ヶ岳の観光活性化を検討する部門
- ② **8 Peaks market** : 八ヶ岳の製品流通・販売ブランド化を検討する部門



実際に地域に伴走した具体例

株式会社 8 Peaks family（長野県茅野市を中心とした八ヶ岳・諏訪湖エリアにあるDMC）
 長野県茅野市を中心に、八ヶ岳・諏訪湖エリアの事業者が集まって観光振興をはじめ地域課題解決のための事業を行う観光まちづくり会社（DMC）

BEFORE（検討した中での課題・気づき）

課題①リゾート（観光）事業部門

- ・ 行政エリアごとの情報発信
- ・ 各事業者任せの集客・販売
- ・ エリアのランドオペレーター機能不在

課題②マーケット（流通）事業部門

- ・ 地域資源（高原野菜）不活用
- ・ 農業生産データ不活用
- ・ 飲食&宿泊事業者と未連携



AFTER（具体的な戦略）

（課題①に対して）

- ・ 八ヶ岳エリア全域での情報発信
- ・ 地域全体としての集客・販売
- ・ ランドオペレーター機能のシステム化

（課題②に対して）

- ・ 高原野菜のブランド商品化
- ・ 農業デジタルプラットフォーム
- ・ B級品以下の生産情報を飲食・宿泊事業者へ提供し販売支援

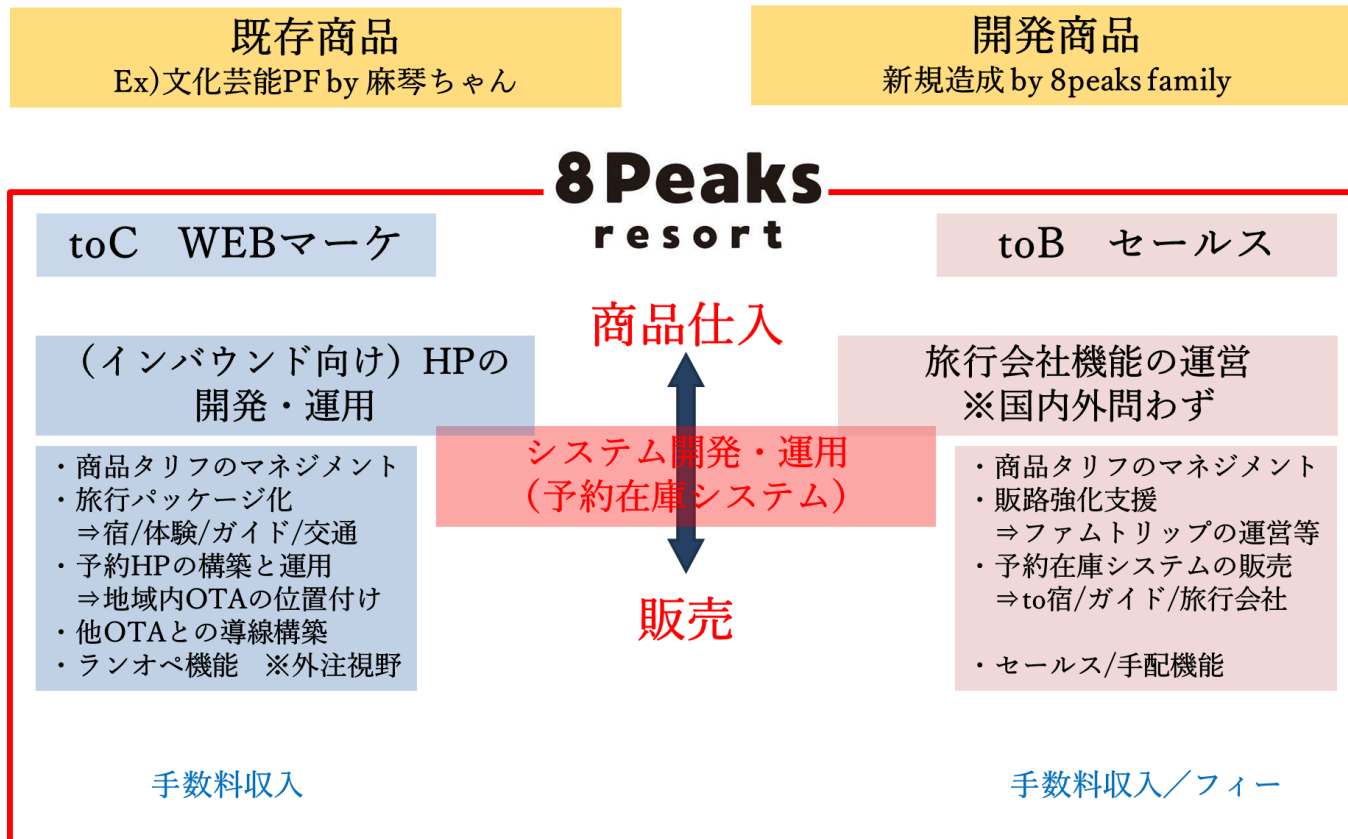
実施した地域側の感想

机上の空論の穴を具体的に指摘して頂いた
 時間軸を区切った進捗管理をして頂いた

株式会社 8 Peaks family

●8Peaks resort（観光）部門の検討

これまでの観光コンテンツ磨きを行う事業者支援をする事業にとどまらず
八ヶ岳エリアの商品を一元化して情報発信・販売を行っていく事業へ転換



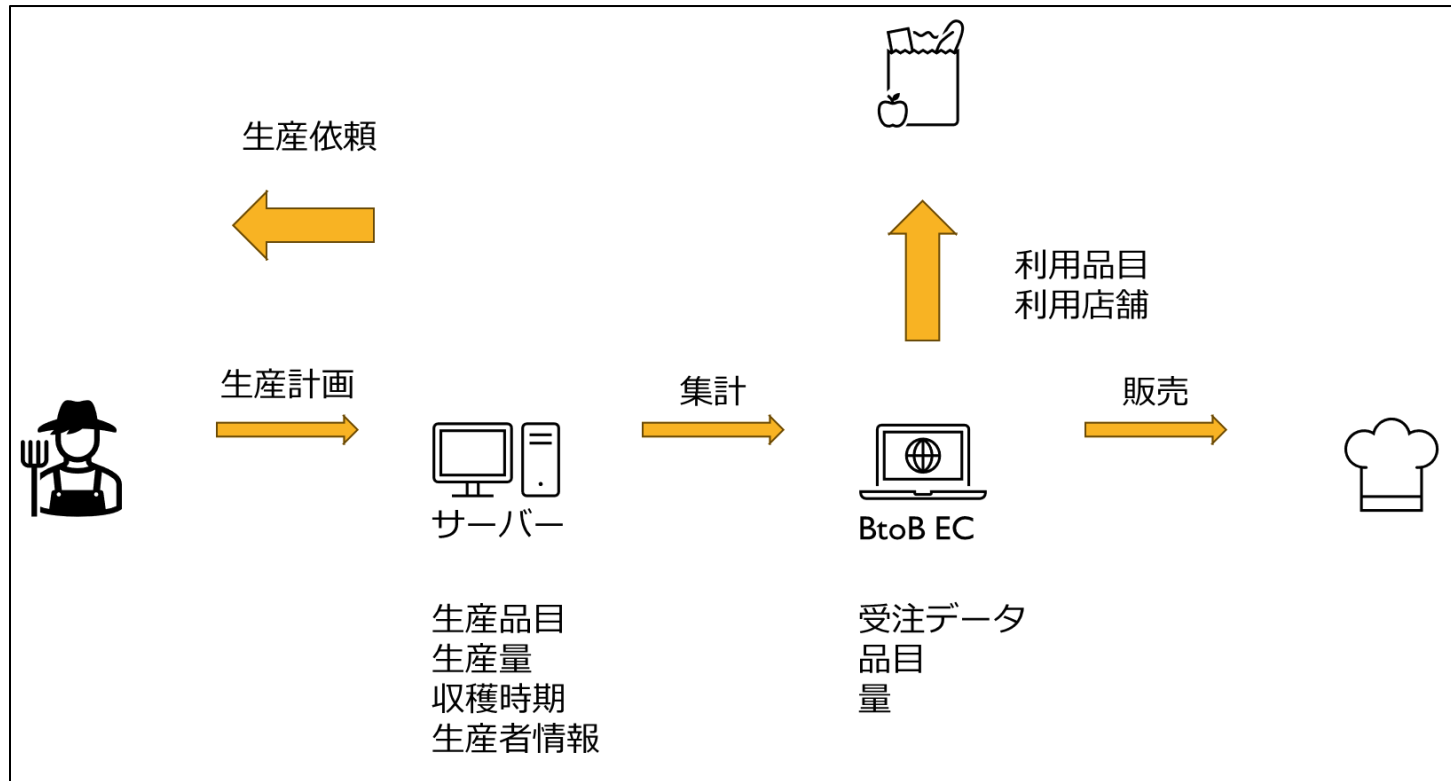
株式会社 8 Peaks family

● 8Peaks market（流通）部門の検討

八ヶ岳エリアの農産物の収穫状況を作付けの段階からいづれくらいの量の収穫ができるかの「収穫が見える化」したシステムをDMCで開発・運用

これまで販売できていた正品のみならず破棄していたような

B級品、C級品の販路も地元内で活用していける販売体制の検討・実施を行う



実際に地域に伴走した具体例

一般社団法人 田辺市熊野ツーリズムビューロー（和歌山県田辺市にある先駆的DMO）

世界遺産熊野古道の保全とPRを行う地域DMO

熊野古道への旅行手配業を生かして主に欧米豪からのインバウンド誘客に成功している

BEFORE（検討した中での課題・気づき）

旅行業を活用したインバウンド受け入れの実績としては国内DMOの中でも随一を誇る実績を持つが課題は以下二つ

（課題）

- ①現在の受け入れ手配でもかなりのキャパこのままだとさらなるインバウンドの受け入れの拡大を行えない
- ②旅行業に次ぐ事業の柱がない



AFTER（具体的な戦略）

（課題①に対して）

- ・手配オペレーションや手配システムの改良とそれを担う人材のミッション化
- ・熊野古道から市街地で「プラスもう1泊」を狙う商品開発

（課題②に対して）

- ・熊野古道の空き家を活用した不動産投資事業
- ・企業研修の商品開発／誘致・受け入れ

実施した地域側の感想

先駆的DMOアクションプラン遂行にあたり、DMO側の課題や目的を理解した上での専門家や事務局（リクルート）の伴走支援により論点整理や目線合わせ等の調整が円滑に進み、限られた時間の中で**目指すべき方向性を効率的に検討することができた**

一般社団法人 田辺市熊野ツーリズムビューロー（和歌山県田辺市にある先駆的DMO）

持続可能な観光まちづくりに向けたエリアマネジメント

データ活用・生産性向上

プランA（データに基づく戦略策定）

→ 新予約システムの導入によるデータ活用の高度化、生産性向上

- ① マーケティングデータを戦略策定に反映
- ② DMO内の予約手配業務を効率化→新規事業の取組み等を可能に
- ③ ユーザビリティ向上による高度なデータ取得と予約販売促進

地域への経済効果の波及

データ活用・生産性向上

プランB

（情報発信）

地域住民に向けた報告会等実施

プランC

（理解促進）

地域事業者を巻き込んだ施策検討

地域の結び付き／一体的な取組み
／魅力を国内外へ発信

インバウンド

プランF

（滞在日数増加）

SHIOGORIプロジェクト

地域課題解決・収益化

プランD

（観光まちづくり）

空き家対策・景観・集落保持

プランE

（需要平準化）

教育旅行・企業研修事業

持続可能な組織運営

安定的な財源確保

財源・人材

プランG
（財源確保）

D～Fを収益事業として確立、
これらを基に財源計画を策定

財源・人材

プランH
（人材確保）

一般社団法人 田辺市熊野ツーリズムビューロー (和歌山県田辺市にある先駆的DMO)

A：データに基づく戦略策定
必要なデータを見極め、収集・分析の制度を設計し、地域経営の方針として確立 より高度なデータ収集・分析・活用を目的とした新予約システム※を導入 ※DMO内部及び参画事業者の業務効率化を実現し、他プランの実現に寄与（生産性向上）
B：地域住民及び関係者に向けた情報発信
上記で得たデータを基に地域住民や行政を含めたステークホルダー向けのDMO報告会等、 情報発信を検討
C：地域の理解促進に向けた施策の検討
地域事業者・地域住民を巻き込んだ施策を検討・実施
D：観光まちづくり事業の検討
観光まちづくり会社と連携し、ディスティネーションの魅力向上を目的とした空き家活用による エリアマネジメントを実施し、収益事業としての確立を目指す
E：旅行コンテンツ造成／需要平準化への取組
企業研修版の森林環境学習ツアーの開発及びマーケティングを実施。プロモーション手法等 についても研究を行い、新たな受益者の拡大を目指すと共に、経営基盤の安定化を目指す
F：旅行コンテンツ造成／観光客の滞在日数増加への取組
SHIOGORIプロジェクトを中心に、市街地の飲食店を含めた観光事業者を巻き込み、滞在日 数を増加させるコンテンツ造成を検討・実施
G：持続可能な運営のための財源確保の検討
財源ポートフォリオの検討、県単位の宿泊税や企業版ふるさと納税導入の検討
H：持続可能な運営に必要な人材確保の検討
新規事業も踏まえた人事計画の検討（採用・育成・民間人材の投入等）

大きな方向性	今年度の取組
<p>A：データに基づく戦略策定 → データ収集・システム開発 (専門家の宮本氏を中心に伴走)</p> <p style="text-align: center;">▼</p> <p>B：地域住民・関係者に向けた情報発信 C：地域の理解促進に向けた施策の検討 → 上記のデータに基づく情報発信</p>	<p><u>23年9月～12月</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 必要なデータの見極め→収集 <p><u>24年1月～3月</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 戦略策定の実施 新予約システムの開発準備完了 (システム制度設計、要件定義等)
<p>先進地の取組を参考に、観光街づくり事業 や企業研修等のプロジェクトを実現 (別途専門家をアサイン予定)</p>	<p><u>23年9月～12月</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 先進地（愛媛県大洲市や岩手県釜石市など）への視察・分析 <p><u>24年1月～3月</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 上記の視察・分析を踏まえた具体的取組の方針決定
<p>SHIOGORIプロジェクトなど、市街地を含めた巻き込みによる滞在日数の増加 (専門家の庄司氏/松本氏を中心に伴走)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ニーズ調査の検討・実行・検証 コンテンツ造成の方針決定 滞在日数増加の方針決定
<p>プランD・E・Fの取組を収益事業として確立し、各取り組みを基に財源計画を策定 ※プランEの取組の中で企業版ふるさと納税の導入について検討</p>	
<p>※各アクションプランの進捗状況に併せて詳細の検討スケジュールを確定</p>	

さいごに

重要なことはただDMO法人として存続することではなく、
地元から期待され続ける

地域の資産を持ち磨き続ける法人

として存続すること

どの役割での地域経営を行うのかは、地域の状況によりさまざま
まずはどんな地域経営をしたいのかを自組織内、
そして地域全体で議論していくことが重要

観光振興セミナー 2024

オープン・ラボ Online

～観光の新たなカチ・カタチ～

ご視聴いただきありがとうございました

本講演内容に関するお問い合わせは
研究員 森 成人に
お尋ねください

株式会社 リクルート
じゃらんリサーチセンター
jalan_rc@r.recruit.co.jp



▲本講演資料はこちらのQR
コードからDLいただけます

【ご注意：本資料の転載・複製での利用について】

- 本資料は、株式会社リクルート（じゃらんリサーチセンター）の著作物であり、著作権法に基づき保護されています。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要です。

事前に当社までご連絡ください。使用用途によって転載・複製をご遠慮頂く場合もございます、予めご了承ください。

※問い合わせ先

- [メディア・報道機関の皆様]株式会社リクルート 広報担当 <https://www.recruit.co.jp/support/form/>
 - [その他企業・自治体・一般の皆様]じゃらんリサーチセンター事務局 E-mail: jalan_rc@r.recruit.co.jp
- 本資料は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。本資料を利用する場合にはお客様の判断で利用してください。また、資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。