

**事務事業評価 事業説明資料**  
**【DMOによる観光地域づくり】**

**観光商工部 観光推進課**

# DMOとは

- D デスティネーション＝観光地を  
M マーケティングし、マネジメントする
- オーガニゼーション＝組織

売れるように戦略を練  
る

組織として目標を達成す  
るためのサポート

観光地域づくりを推進する組織

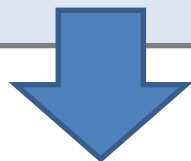
# 今、なぜDMOなのか

## 背景① 観光が地方創生の柱に！

日本



- 今後、人口減少が進み、2047年には1億人程度となる見通し。
- 少子高齢化が急速に進行しており、2060年には総人口の約40%が65歳以上になる見通し。
- それにより、生産年齢人口は2060年には現在の半分近くまで減少。



経済に与える影響が非常に大きい。  
過去に例がない事象。  
経済発展を持続できる取組みが必要！

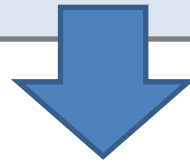
# 【参考】十和田市の将来人口

	平成30年3月末	平成72年 (2060年)	備考
人口	61,857人	43,489人	▲18,368人 ▲29.7%
うち生産年齢人口 (15歳～65歳)	35,181人	22,323人	▲12,858人 ▲36.5%

十和田市まち・ひと・しごと創生 人口ビジョン・総合戦略より

## 世界

- 日本で人口が減る一方、世界的には人口増加が進み、世界の旅行者数も増加の一途。
- 2030年には年間18億人が海外旅行をする見通し。
- 当地から逃げない資源である「観光」に着目することにより、経済波及効果が大きいことも研究されてきた。



世界の旅行者を日本にいかに呼び込むか、きちんと需要を予測して仕掛けていく仕組み（いわゆるマーケティング）が必要！

# 観光交流人口増大の経済効果(2016年)

○ 定住人口1人当たりの年間消費額(124万円)は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、国内旅行者(宿泊)25人分、国内旅行者(日帰り)79人分にあたる。

定住人口=1億2,711万人  
1人当たり年間消費額=124万円

## 旅行消費額

訪日外国人旅行 3.7兆円

国内旅行(海外分除く) 20.9兆円

うち宿泊旅行 16.0兆円  
うち日帰り旅行 4.9兆円

訪日外国人旅行者  
2,404万人

1人1回当たり消費額  
15万5,896円

+

国内旅行者(宿泊+日帰り)  
6億4,108万人 <延べ人数>

うち宿泊 3億2,566万人  
うち日帰り 3億1,542万人

1人1回当たり消費額  
宿泊 4万9,234円  
日帰り 1万5,602円

減少

定住人口1人減少分

拡大

外国人旅行者8人分

又は

国内旅行者(宿泊)25人分

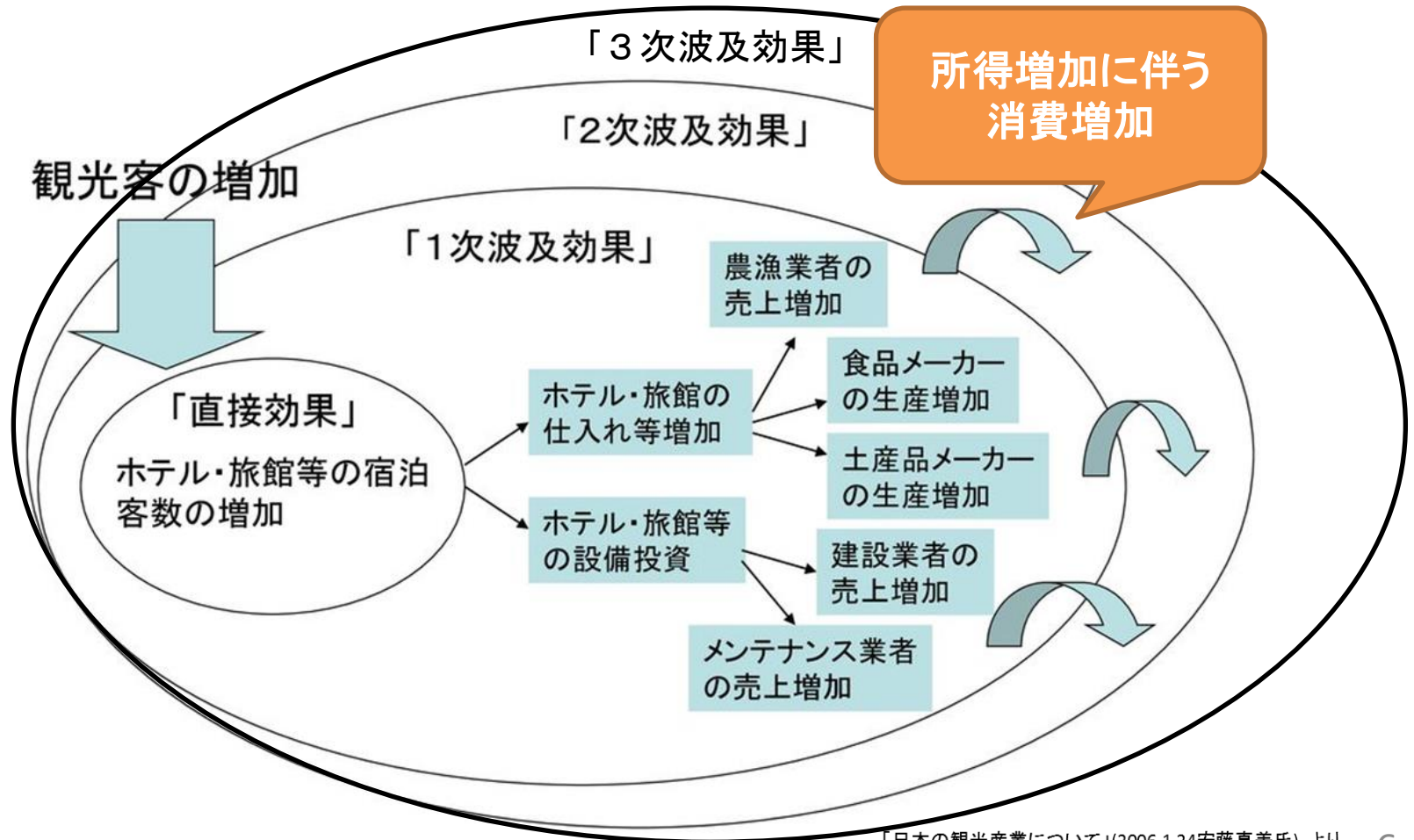
又は

国内旅行者(日帰り)79人分

定住人口は2015年国勢調査 人口速報集計結果(総務省)、定住人口1人当たり年間消費額は2016年家計調査(総務省)による。  
旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査(2016年)より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査(2016年)より算出。  
訪日外国人旅行者はJNTO(2016年)発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査(2016年)より算出。  
訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査(2016年)、国内旅行者(宿泊/日帰り)1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査(2016年)より算出。  
定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したのもの。(※観光庁資料)

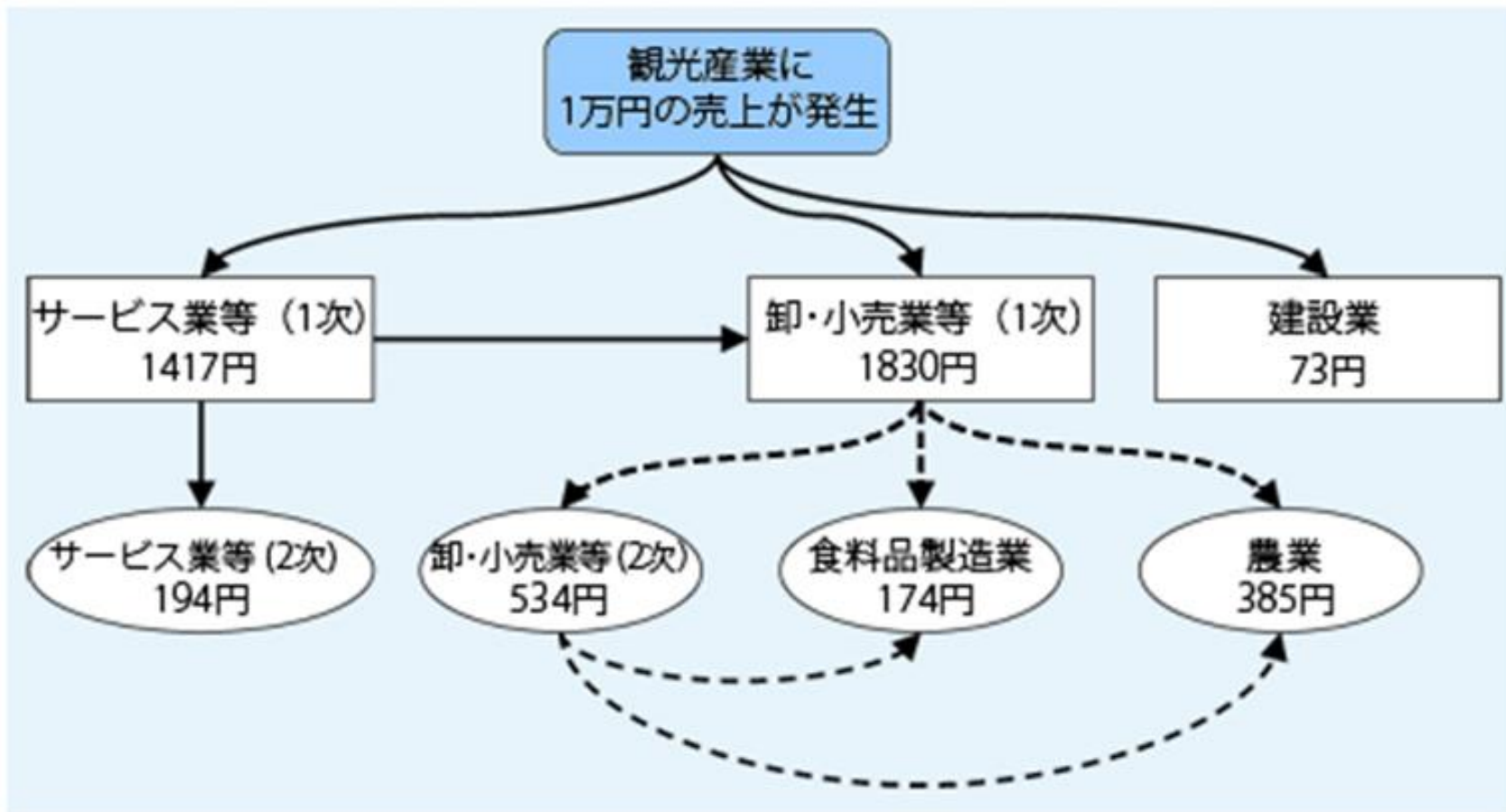
# 観光産業の経済波及効果 ①

## 経済波及効果



# 観光産業の経済波及効果 ②

■ 観光産業の売り上げによる経済波及効果（倶知安町、ニセコ町）



出典:北海道経済産業局「観光産業の経済効果に関する調査」(平成18年7月)



# 観光が、縮小する経済に対する切り札に 位置づけられ、日本経済成長の重要施策に

## 「明日の日本を支える観光ビジョン」 - 世界が訪れたいくなる日本へ - 概要

平成28年3月30日策定

これまでの議論を踏まえた課題

- 我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝えていくことが必要。
- 観光の力で、地域の雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していくことが必要。
- CIQや宿泊施設、通信・交通・決済など、受入環境整備を早急に進めることが必要。
- 高齢者や障がい者なども含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていくことが必要。

「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」

視点 1

「観光資源の魅力を極め、  
地方創生の礎に」

視点 2

「観光産業を革新し、国際競争力  
を高め、我が国の基幹産業に」

視点 3

「すべての旅行者が、ストレスなく  
快適に観光を満喫できる環境に」

資源の活用

担い手としてのDMO

環境整備

# 観光消費への期待

## 観光立国に向けて新たに設定された目標値

### 訪日外国人旅行者数

2020年： 4,000万人 (2015年の約2倍)      2030年： 6,000万人 (2015年の約3倍)

### 訪日外国人旅行消費額

2020年： 8兆円 (2015年の2倍超)      2030年： 15兆円 (2015年の4倍超)

### 地方部での外国人延べ宿泊者数

2020年： 7,000万人泊 (2015年の3倍弱)      2030年： 1億3,000万人泊 (2015年の5倍超)

### 外国人リピーター数

2020年： 2,400万人 (2015年の約2倍)      2030年： 3,600万人 (2015年の約3倍)

### 日本人国内旅行消費額

2020年： 21兆円 (最近5年間の平均から約5%増)      2030年： 22兆円 (最近5年間の平均から約10%増)

日本人国内旅行  
消費額はまだ  
拡大の余地あり！



# 今、なぜDMOなのか

## 背景② これまでの観光地域づくりの課題を踏まえ、観光庁が日本版DMOに要件を設定

3

合意形成、観光地域づくりプラットフォーム  
(日本版DMO)の構築

観光戦略を持続的に推進するために観光業だけでなく、農林漁業、小売業など様々な業種の団体、個人が結集し、連携しながら全体のベクトルを合わせ活動する場

観光地域づくりはDMOだけではできない。多様な関係者と議論し、同じ方向を向き、役割を分担する(調整・合意形成が必要)

2

地域マネジメント機能

地域の、観光による持続的な成長・発展(稼げる地域)に、効果的に、効率的に(科学的に)取り組むこと。

観光市場や情報環境が大きく変化した今の時代において、かつてと同じやり方が通用しない

1

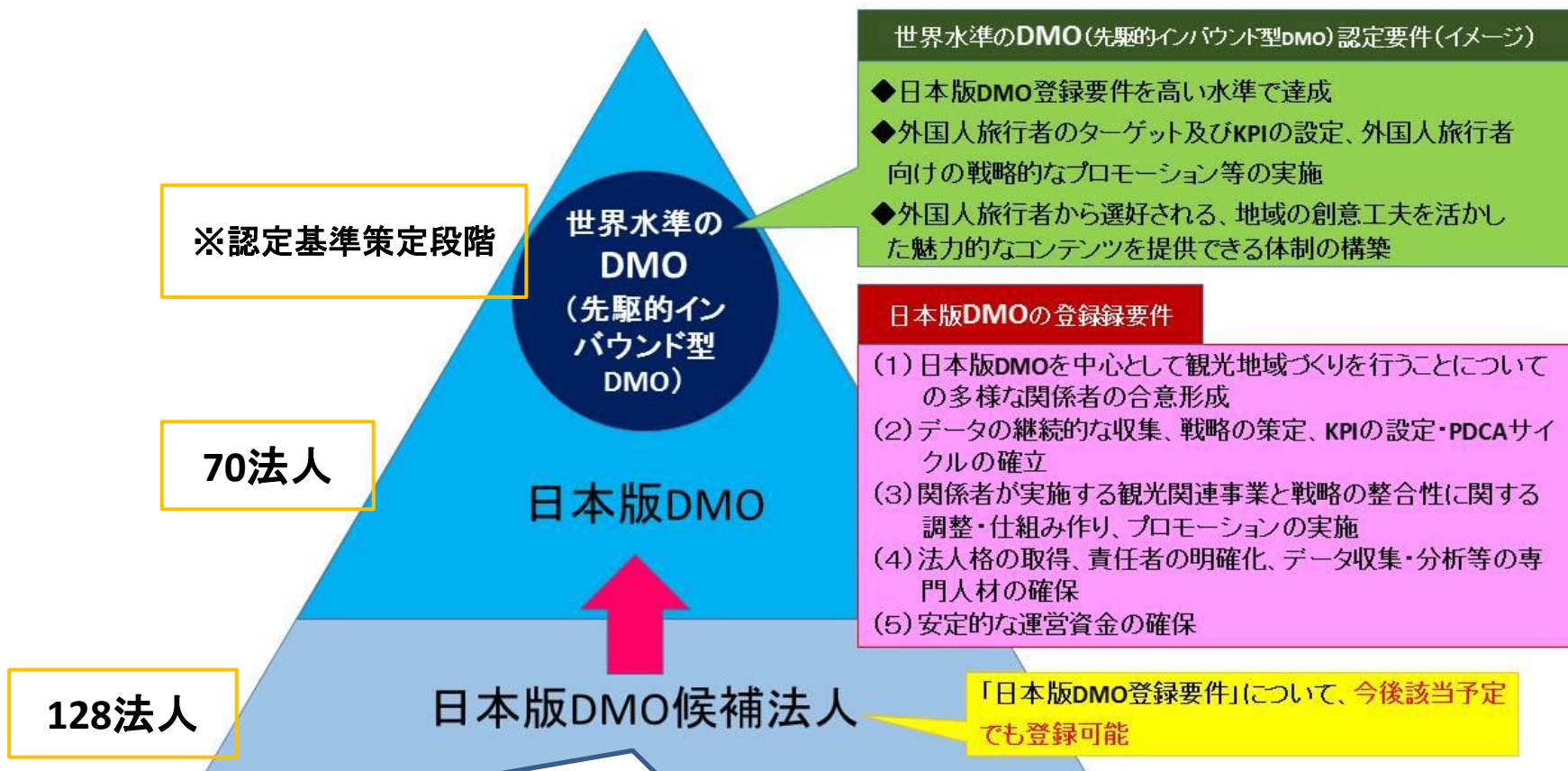
ブランド戦略などマーケティング機能

地域(Destination)を商品として捉え、最大の経済効果を上げるために消費者のニーズを満たそうとする誘客活動。

地域に来訪する顧客を創造し、維持するための継続的な分析が必要

認定されるためには国の条件を満たす必要。

# 政府目標は2020年までに世界水準 DMO100法人を目標。今後、政府 はDMOを集中して支援



県内の(公社)青森県観光連盟、(一社)しもきたTABIあしすと、(一財)ブナの里白神公社の3件を含む

## ① 十和田湖・奥入瀬の活用と市街地と繋いだ観光地づくり！

- ・十和田湖と奥入瀬の自然を、より観光資源として生かす
- ・現代アートに彩られた市街地と、点ではなく線で繋ぐ
- ・エリア相互の回遊を促す
- ・二元化している観光組織を一元化する

## ② マーケティングに基づく戦略策定！

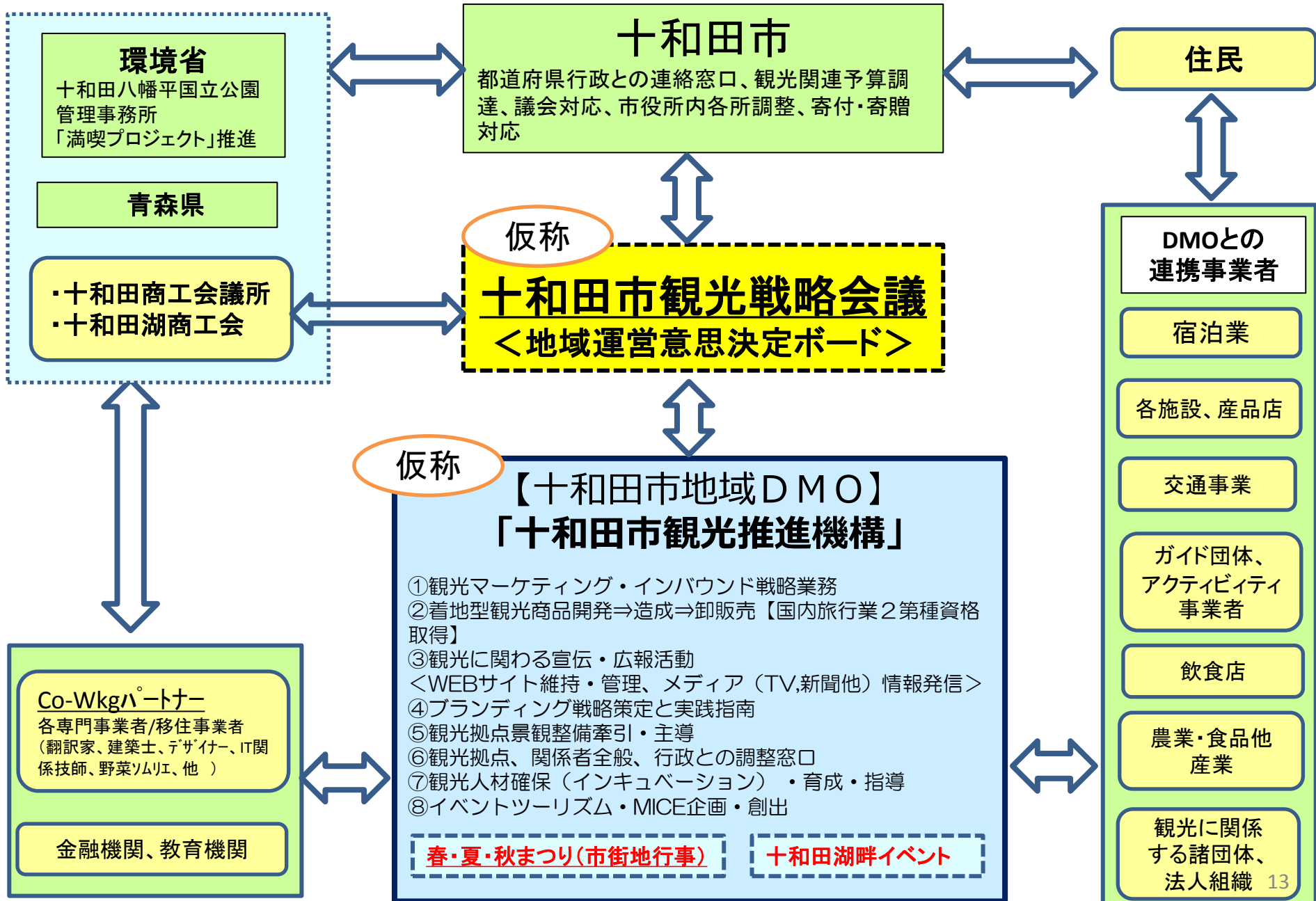
- ・情報・データを活用して分析を行う(マーケティング)
- ・選ばれる、かつ、満足度の高い観光地に成長するための方向性を示す(ブランディング)。

## ③ 世界への魅力の発信！

- ・ターゲットに応じた戦略的・効果的な情報発信(プロモーション)
- ・当市の魅力を世界に伝える

## ④ 好循環の促進で「稼いで潤う」観光地経営！

- ・観光を軸とした幅広い周辺産業の好循環を促す
- ・“稼いで潤う”地域となるための観光地経営を行う(マネジメント)



# 十和田市のDMOの概念図 拡大

仮称

【十和田市地域DMO】

「十和田市観光推進機構」

- ①観光マーケティング・インバウンド戦略業務
- ②着地型観光商品開発⇒造成⇒卸販売【国内旅行業2第種資格取得】
- ③観光に関わる宣伝・広報活動  
〈WEBサイト維持・管理、メディア（TV,新聞他）情報発信〉
- ④ブランディング戦略策定と実践指南
- ⑤観光拠点景観整備牽引・主導
- ⑥観光拠点、関係者全般、行政との調整窓口
- ⑦観光人材確保（インキュベーション） ・育成・指導
- ⑧イベントツーリズム・MICE企画・創出

春・夏・秋まつり(市街地行事)・物産事業等

十和田湖畔イベント等

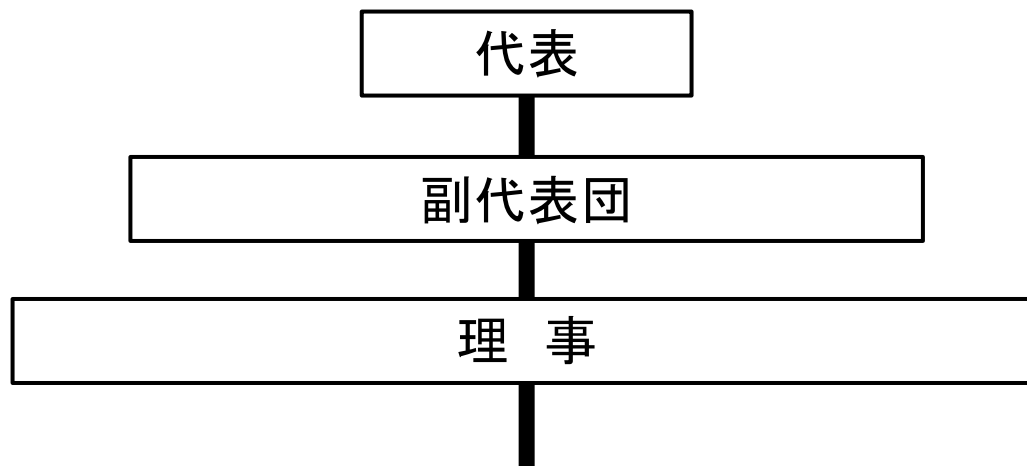
十和田市観光協会

十和田湖国立公園  
協会の観光事業

十和田市観光協会の  
観光・物産事業

十和田湖国立公園協会の  
観光事業/清掃業務は残る

# 十和田市のDMOの機構イメージ



部会等の例

会 員			
エリアごと	まちなか エリア部会	奥入瀬 エリア部会	十和田湖 エリア部会
行事ごと	春・夏・秋まつり部会	湖水祭り部会	冬物語部会
業種ごと	宿泊事業者 部会	運輸サービス 部会	体験事業者 部会
課題ごと	多言語対応検討部会	情報発信対策部会	観光データ検討部会



代表

事務責任者

マーケティング リーダー  
全体統括、活動方針・基本戦略策定、関係先調整

マネジメント リーダー  
観光地経営における金融、資金調整、  
・財政全般アドバイザー、コンサル診断、  
(国県補助金、クラウドファンディング・民間資金などの導入検討)

観光推進セクション  
①データマネジメント・インバウンド戦略  
データ分析PDCA実践、戦略企画立案・組織提言  
②コンテンツ開発・商品企画  
着地型旅行商品企画・関係先調整交渉・ツアー造成・  
販路確保・代理店(海外, WEB系含む) 販売・直売  
③プロモーション  
WEBサイト維持・一元管理、SNS、メディア(TV,新聞他)  
情報発信／取材管理  
④ブランディング&受入れ整備&人材育成  
ブランディング戦略策定、観光拠点景観整備牽引・主導、  
観光人材確保(インキュベーション)育成・指導

イベントツーリズム・観光案内・  
物産販売セクション  
①市街地  
春・夏・秋まつり等イベント、  
観光案内、物産販売等  
②十和田湖畔  
十和田湖畔イベント、観光案内等

総務・会計事務セクション

# 登録の5要件

(1) 日本版DMO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

いずれか1項目

予定可

日本版DMOの意思決定に関与できる立場で行政や幅広い分野の関係団体の代表者が参画

日本版DMO内に行政や関係団体をメンバーとする委員会等を設置

日本版DMOの取組に関する連絡調整を行うため、行政や関係団体で構成する協議会等をDMOと別に設置

その他、関係者の合意形成が有効に行われる仕組みの存在

(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

全項目必須

予定可

各種データ等の継続的な収集・分析

データに基づく明確なコンセプトを持った戦略の策定

KPIの設定・PDCAサイクルの確立  
 ※観光消費額、延べ宿泊者数、満足度、リピーター率の4項目は必須。

(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・仕組み作り、プロモーション

全項目必須

予定可

地域社会とのコミュニケーション・地域の観光関連事業者への業務支援を通じた多様な関係者との戦略の共有  
 (例) 観光地域づくりに関する定期ミーティングの開催等

地域が観光客に提供するサービスを、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築  
 (例) 地域の「食」を提供する仕組み等

地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション  
 (例) ワンストップ窓口の設置、ターゲット別のプロモーション方針の作成等

(4) 日本版DMOの組織

全項目必須

予定可

法人格の取得

意思決定の仕組みの構築  
 (責任を負う者の明確化)

データ収集・分析等の専門人材がDMO専従で最低一名存在

(5) 安定的な運営資金の確保

予定可

自律的・継続的に活動するための安定的な運営資金の確保の見通し  
 (例) 収益事業(物販、着地型旅行商品の造成・販売等)、特定財源(法定外目的税、分担金)、行政からの補助金・委託事業等。

# DMO設立までのスケジュール

項目	内容
組織に関すること	①市観光協会・十和田湖国立公園協会における、DMOへの業務の移行についての組織内合意をお願いする。 ②合意を受けたのち、業務移行の準備を進める。 ③秋までに組織概要を固め、予算要求に反映する。
DMOの意義・目的の共有	①「観光を軸とした地域活性化セミナー」の開催 7月11日(水)13:30-15:30 ②観光商品づくりのための座談会の開催(H29.6～) 毎週火曜日 18時～20時までの2時間 市内(タワーレまたは14-54)⇒奥入瀬溪流館⇒休屋・ぷらっとの順に開催。どなたでも参加できます。 ※都合により順、開始時間等の変更あり ③観光地域づくりゼミの開催 県観光連盟の観光開発チーム等と連携して、インバウンド対策や事業者育成・支援の取り組みを進める。
観光庁へのDMO候補法人登録の完了	平成31年2月
法人登記の完了	平成31年3月 市観光協会・国立公園協会
DMOの稼動開始	平成31年4月 業務の移行

# 事業費実績（平成29年度）

項目	実績額 (千円)	内容
D M O構想推進支援業務 委託料	8, 1 0 0	株式会社 A N A総合研究所より地域支援マネージャー 1名を十和田市へ駐在
とわだ旅向上座談会		観光商品づくりのための資源発掘・アイデア出しなどをする座談会を開催
十和田市観光マーケティング 調査業務委託料	2, 9 9 7	インターネットを通じた十和田市の観光に関するマーケティング調査
先進地視察・研修旅費等	2 5 1	気仙沼市 D M O視察、観光セミナー等
合計	1 1, 3 4 8	

# 実施事業： DMO構想推進支援業務委託

平成29年7月からANA総合研究所と地域活性化のための連携協定を締結し、十和田市地域支援マネージャーとして、関宏司氏に常駐いただく。

## <主な担当業務>

- (1) 観光課題の洗い出し
- (2) 地域のあるべき姿を構想する過程の支援  
(多様な関係者との合意形成支援)
- (3) DMO形成の機運の醸成
- (4) 各種データ等の収集・分析の手法の提案
- (5) DMO組織の仕様設定の支援



# 実施事業：

## 十和田市観光マーケティング調査

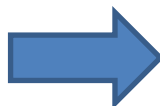
調査年度：平成29年度  
調査方法：インターネット  
調査人数：1万人  
設問数：15問（資源数27）  
回答者居住地：青森県  
東北地方  
関東地方  
近畿地方

Q. あなたはこの5年以内に青森県十和田市に旅行をしたことがありますか。

回答者の居住地	ある	十和田市を知っているが5年以内に行ったことはない。	十和田市を知らないし、行ったことがない。
青森県	57.2%	42.3%	0.5%
東北地方	18.2%	70.9%	10.9%
関東地方	9.1%	61.9%	29.0%
<b>近畿地方</b>	5.1%	<b>50.5%</b>	<b>44.4%</b>

94.9%

近畿地方の約95%は5年以内に来たことがない。  
さらにそのうち約44%の人が十和田市を知らない。



近畿地方へは、そもそも認知度を高めるための取組が必要ということが導き出せる！

# Q. 十和田湖の自然景観について興味がありますか。 (興味度)

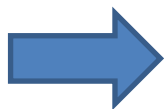
## 【居住地別】

回答者の居住地	十和田湖の自然景観
青森県	75.8%
東北地方	69.9%
関東地方	65.3%
近畿地方	63.0%

## 【性別・年齢別】

回答者の性別・年齢	十和田湖の自然景観
男性20歳～34歳	49.4%
男性35歳～49歳	56.1%
男性50歳以上	69.7%
女性20歳～34歳	57.8%
女性35歳～49歳	64.5%
女性50歳以上	74.5%

十和田湖の自然景観に対する興味度は、居住地や性別に関わらず比較的高いが、年齢が若いほど、低くなる傾向である。



**若い世代に興味を持ってもらえるコンテンツを揃えていく必要があるということが導き出せる！**



# 実施事業：とわだ旅向上座談会

地区（市街地・奥入瀬・十和田湖）ごとに観光関係事業者等を参集し、意見交換や旅行商品のアイデア出しを行う

平成29年6月から毎週開催	29年度	30年度 (8/10現在)
街なか	9回	4回
奥入瀬	15回	4回
十和田湖	11回	7回
合 計	35回	15回



ANA総研からの関マネージャーも駐在以来、毎回同席・アドバイスを頂く

