

訪日外国人旅行者の受入れに関する調査結果（第一弾）の公表

公表日：平成30年9月7日
調査対象：観光庁、関係団体等

調査の背景・主旨

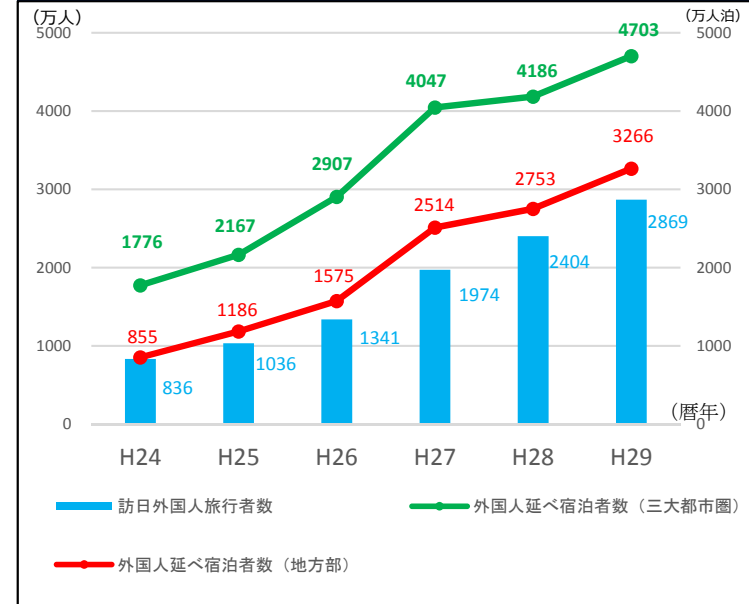
- ✓ 人口減少・少子高齢化に直面する我が国の最重要課題の一つである「地方創生」において、観光分野におけるインバウンド需要を取り込むことは、交流人口を拡大させ、地域を活性化させる原動力
- ✓ 訪日外国人旅行者数は、H24以降増加傾向にあり、H29には2,800万人を突破。しかし、地域別の外国人延べ宿泊者数をみると、その上位は東京都、京都府、大阪府等の三大都市圏（注1）に集中
- ✓ 「明日の日本を支える観光ビジョン」（H28.3 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定）では、2020年の訪日外国人旅行者数を4,000万人とするとともに、地方部での外国人延べ宿泊者数を7,000万人泊とする目標を設定
- ✓ 観光庁では、従来の観光振興の課題を踏まえ、観光客の地方への流れを戦略的に創出し、観光による地方創生を実現する観光地域づくりを進めるため、日本版DMO（注2）の設立を推進（H27.11～）
- ✓ 現在、日本版DMO及び日本版DMO候補法人（以下「日本版DMO等」という。）198法人において、観光地域づくりに向けた取組を展開

（注）1 「三大都市圏」とは、東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都及び兵庫の8都府県をいい、「地方部」とは三大都市圏以外の39道県をいう。
2 「日本版DMO(Destination Management / Marketing Organization)」とは、地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行うかじ取り役となる法人をいう。

今回の調査においては、魅力ある観光地域づくりの事業推進主体として重要な役割を担う日本版DMO等での取組等を把握・分析

- 【第一弾】 日本版DMO等における設立当初の認識や現状の取組等を把握（全法人（H29.12時点）への書面調査＜資料1＞、一部法人への対面調査）
- 【第二弾】 第一弾の調査結果を踏まえ、日本版DMO等における戦略的な取組の在り方の検討に資するため各種データ等を活用した分析を実施予定

訪日外国人旅行者数及び外国人延べ宿泊者数の推移



（注） 観光庁資料に基づき当省が作成

日本版DMO等に対する主な調査結果

目指すべき地域の将来像の設定	<ul style="list-style-type: none"> ● 目指すべき地域の将来像（ビジョン・理念等）を「設定した」ものは約91% <ul style="list-style-type: none"> ➢ 将来像の設定だけでなく、必須KPI（注1）との関係を体系的に整理することにより、組織として達成すべき目標・成果を具体化している例あり
行政機関からの権限・責任の付与の在り方	<ul style="list-style-type: none"> ● 権限・責任の付与が不十分で事業実施に支障を来したことが「ある」としたものは約18% <ul style="list-style-type: none"> ➢ 法人運営への負担金を支出する市町村との間でブランドコンセプトを共有することで、コンセプトに添った裁量ある運営が可能となっている例あり
運営に当たっての地域住民の理解を得る取組	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域住民の理解を得る取組を「行っている」ものは約42% <ul style="list-style-type: none"> ➢ 「日本版DMO等の認知度をいかに向上させるかが課題」といった意見や、地域住民が自らの取組により観光客が訪れることを体感できる事業を実施している例あり
他の観光関連団体等との連携・役割分担	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業区域が重なる法人間での役割分担が「必要である」と回答したものが約79%、役割分担の現状について「明確でない」としたものが約25% <ul style="list-style-type: none"> ➢ 市町村の目指す姿の実現をサポートすることを自らの役割と位置付け、市町村ごとの観光関連データの提供等に向けて市町村等の関係者と議論を重ねている例あり

まとめ

- ✓ 「目指すべき地域の将来像」の設定だけでなく、設定した将来像とKPIの関係整理を行うなどにより、組織として達成すべき目標・成果を具体化することが望ましい
- ✓ 行政機関とは異なる立場からの取組を推進するため、明確な権限と責任の付与を更に推進するとともに、法人側では与えられた権限に伴う責任を果せる体制を確立することが望ましい
- ✓ 住民の目に見える身近な活動や住民と観光客をつなぐ活動に取り組むなどにより日本版DMO等の認知度を向上させることが望ましい
- ✓ 他の団体と観光地域づくりに関する考え方を共有し、連携等を進めていくため、今後、連絡調整会議（注2）等の場を活用して合意形成を図っていくことが望ましい

（注）1 「必須KPI」とは、日本版DMO登録に当たって設定しなければならないKPI（旅行消費額、延べ宿泊者数、来訪者満足度、リピーター率の4項目）を指す。
2 「連絡調整会議」とは、広域周遊観光促進のための新たな観光地域支援事業において、地方ブロック単位で日本版DMO等が策定する事業計画について相互調整等を行う会議体をいう。

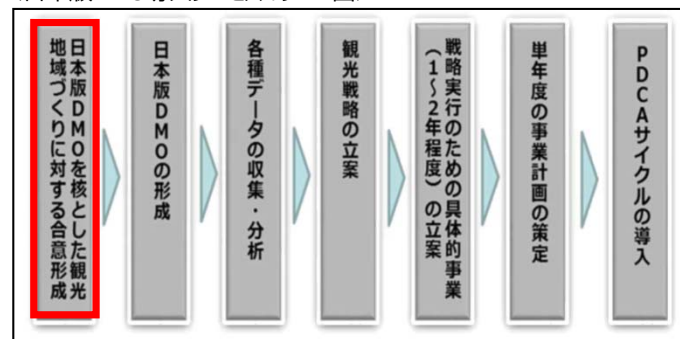
1 日本版DMO等への調査結果

(1) 日本版DMO等における目指すべき地域の将来像の設定等

調査結果の概要

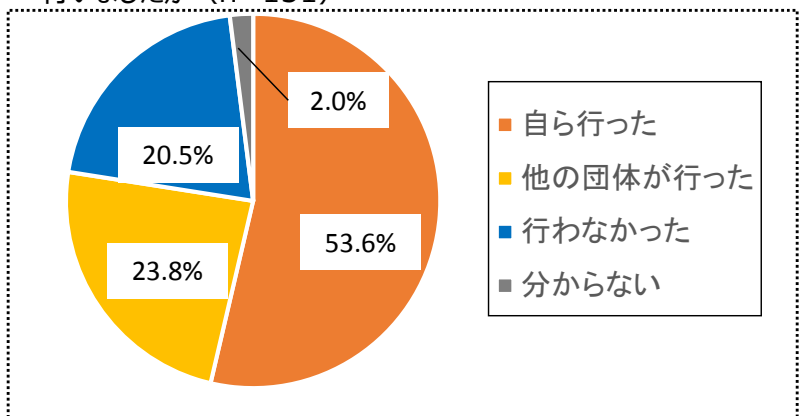
- ◆ 従来の観光振興の問題点を多様な関係者で総括・共有し、「目指すべき地域の将来像」を考えるプロセスは、観光地域づくりを成功させる重要なポイント
- ◆ 全国の複数又は単独の市区町村を事業区域とする日本版DMO等に対して「目指すべき地域の将来像（ビジョン・理念等）の設定状況」等を調査
 - 目指すべき地域の将来像（ビジョン・理念等）を「設定した」ものは約91%
 - 中には、目指すべき地域の将来像の設定だけでなく、候補法人の登録に当たって観光庁から設定を求められる「延べ宿泊数」等の必須KPIとの関係を体系的に整理することにより、組織として達成すべき目標・成果を具体化しているものがみられた【参考事例】
- ➔ **日本版DMO等において「目指すべき地域の将来像」の設定だけにとどまらず、設定した将来像とKPIの関係整理を行うなどにより、組織として達成すべき目標・成果を具体化することが望ましい**

＜日本版DMO導入プロセスのフロー図＞

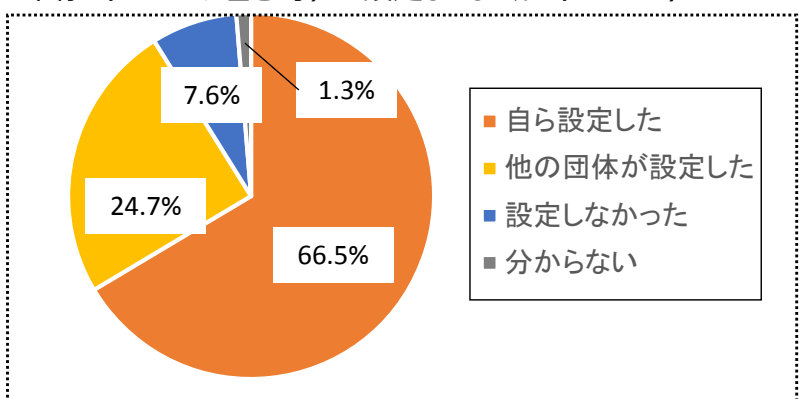


(注) 観光庁資料による。

問 日本版DMO候補法人への登録までに、事業区域内でこれまで行われてきた観光振興の取組について、総括・評価等を行いましたか (n=151)



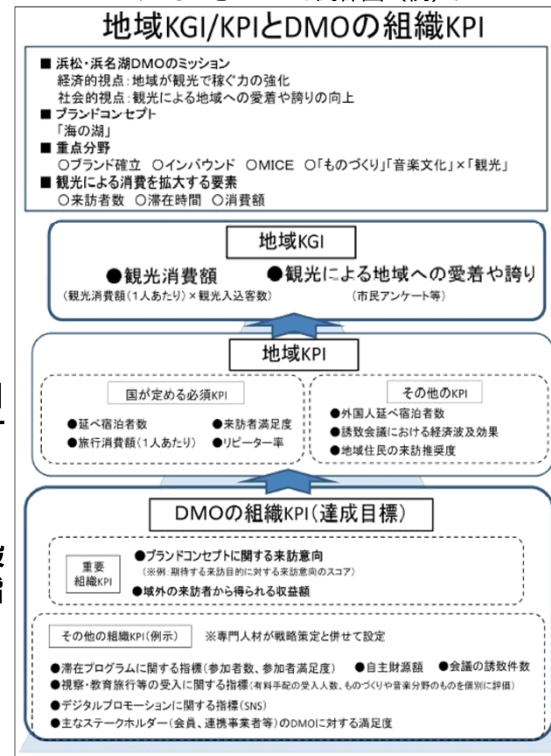
問 日本版DMO候補法人の登録までに、目指すべき地域の将来像（ビジョン、理念等）を設定しましたか (n=158)



＜参考事例＞ 組織の役割を明確化するとともにKGI・KPIを体系的に整理

- 浜松市及び湖西市を事業区域とする(公財)浜松・浜名湖ツーリズムビューローでは、H21年から「浜名湖観光圏」(注)を形成し、「海の湖」～浜名湖から始まる新たな物語～」をコンセプトに滞在コンテンツの開発や受入環境整備を促進
- 両市では、過去の観光圏での取組を通じ、マーケティング的な視点の不足や事業間での連携不十分等の課題を認識
- 日本版DMO候補法人登録当時、両市では「地域が稼ぐ力の強化」の実現に向けた法人の役割等について検討を開始 (H28.7)
- その結果、当初想定していた「地域が観光で稼ぐ力の強化」だけでなく「観光による地域への愛着や誇りの向上」を実現することが重要であるとの結論を得たことから、これらを実現する組織として同法人を位置付け(H29.3)
- 明確化した役割の達成に向けて、**それに至る地域KGIを設定するとともに、国からの設定を求められた必須KPIは他の指標と併せて地域KPIとし、これらを具体化する組織KPI（達成目標）を設定 (H29.11) することで体系的に整理**
- 今後、マーケティングやデータ収集を行い、KGI及びKPIの具体的な目標数値を設定する方針

＜KGIとKPIの関係図（例）＞



(注) 浜松市資料による。

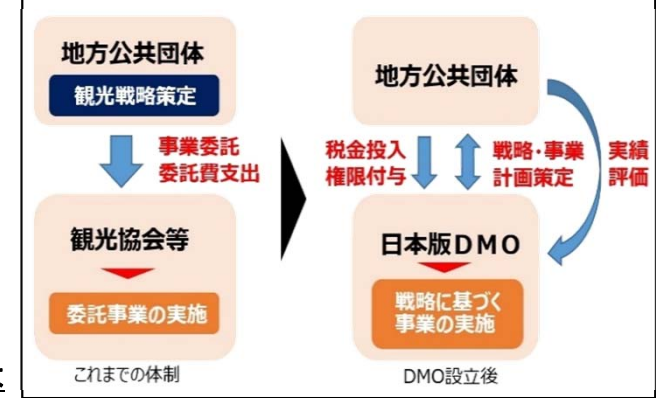
(注) 「観光圏」とは、観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律（平成20年法律第39号）に規定する、自然、歴史、文化等において密接な関係が認められる観光地を一体とした一定の区域をいい、全国で13地域が認定されている。

(2) 日本版DMOに対する行政機関からの権限・責任の付与の在り方

調査結果の概要

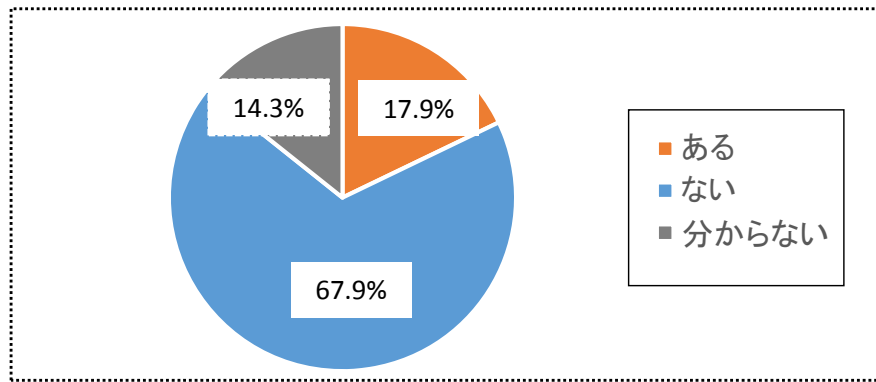
- ◆ データ収集・分析、マーケティング等のスキルを持つ専門人材を有する日本版DMOが観光地域づくりの中心として有効に機能していくためには、観光地域づくりに係る明確な権限と責任を持つことが重要
- ◆ 全国の複数又は単独都道府県を事業区域とする日本版DMO等に対して「地方公共団体からの観光地域づくりに関する権限や責任の付与が不十分であったことによる支障の有無」を調査
 - 権限や責任の付与が不十分であったことにより事業実施に支障を来したことが「ある」と回答したものが約18%
 - 一方、日本版DMOに対して負担金を支出する市町村との間でブランドコンセプトを共有することで、コンセプトに添った裁量ある運営が可能となり、地域団体や民間事業者と連携した滞在コンテンツの開発・販売等を展開しているものがみられた<参考事例>
- ➡ **日本版DMO等による行政機関とは異なる立場からの「観光地域づくり」を推進するため、地方公共団体等が観光地域づくりに関する明確な権限と責任の付与を更に推進することが望ましい。その際、日本版DMO等では与えられた権限に伴う責任を果たすことができる体制を確立することが重要**

<日本版DMO導入後のイメージ例>



(注) 観光庁資料に基づき当省が作成

問 事業区域内の地方自治体からの観光地域づくりに関する権限や責任の付与が不十分であったことから、事業の実施に支障を来したことがありますか (n=28)



法人への権限や責任の付与に関する意見

- ✓ これまでは成果以上に地域バランスが重視されてきた。権限の付与により一部のコンテンツに特化した取組が進められるようになった
- ✓ 都道府県内の観光コンテンツのうち、いくつかに特化したプロモーションを検討したものの運営費の多くが都道府県からの支出であり、公平性の観点から地域間のバランスを考慮せざるを得ないことから実施を断念した
- ✓ 行政機関からの事業受託ではなく、負担金等の自由度の高い財源で支援を受けることができれば法人運営の自由度が最も高くなるが、他方で法人としての能力や責任を求められる。現時点では、責任を果たすことができる成熟したレベルの組織に到達していない

<参考事例> 行政機関からの権限・責任の付与と成果を評価する仕組み

- (一社) 豊の国千年ロマン観光圏では、H22から「豊の国千年ロマン観光圏」を形成し、「千年の記憶がひもとく知られざる日本・・・千年ロマン時空の旅」をコンセプトに、構成市町村から負担金等を活用し、法人が主体的に企画・立案して実施する事業に取り組んでいる
- 発足当初、構成市町村の公平性を重視する考え方があったものの、その後、構成市町村等の関係者間でブランドコンセプトに基づく事業展開を進めるべきという認識が共有されたことから、コンセプトに添った同法人主導での裁量ある運営が可能となった
- これにより同法人では、事業区域内で活動する観光地域づくりマネージャー(注)が中心となり、地域団体や民間事業者等と連携した体験型コンテンツの開発やフェリー及びレンタカーの活用を組み合わせた周遊促進事業等を展開している
- なお、同法人では、事業の戦略検討だけでなく、個々の観光圏事業の実施に当たって設定した達成目標(KPI)等を用いて実績を評価する会議体として市町村の担当課長等で構成する幹事会等を設置している

(注) 「観光地域づくりマネージャー」とは、地域が目指すべき方向性を企画・立案し、関係者との認識共有及び合意形成を行い、かつ、具体的な事業の実務を適正に実施するために必要な知識及び経験を有する人材をいう。



豊の国千年ロマン観光圏のブランドコンセプト



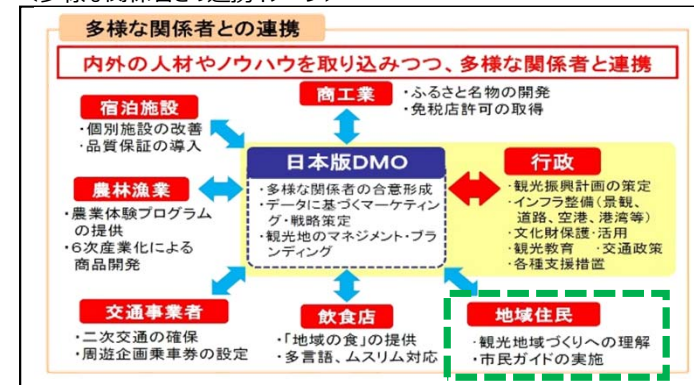
フェリーとレンタカーを活用した周遊促進事業

(3) 日本版DMOの運営に当たっての地域住民の理解を得る取組

調査結果の概要

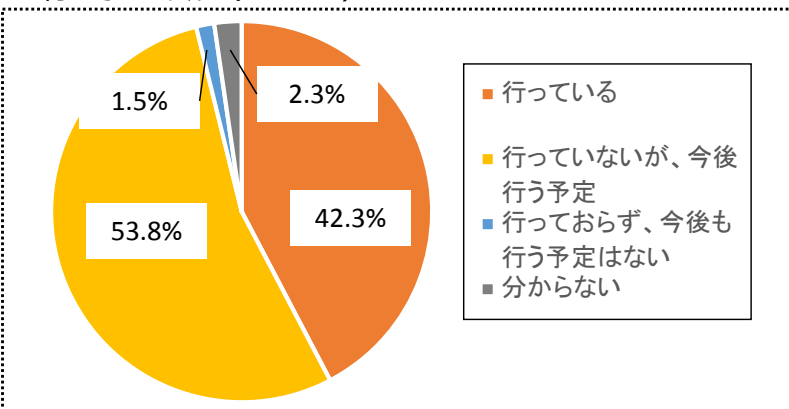
- ◆ 「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを進めていくためには、地域住民を広く巻き込んでいくことが不可欠であり、関係機関は地域住民に観光振興の目的・意義を丁寧に説明していくことが重要
- ◆ 全国の複数又は単独の市区町村を事業区域とする日本版DMO等（都道府県域を事業区域とするものは除く。）に対して「地域住民の理解を得る取組」の実施状況等を調査
 - 地域住民の理解を得る取組を「行っている」ものは約42%
 - 調査した日本版DMO等からは「地域住民の理解を得るために、まずは地域住民に対して日本版DMO等の認知度をいかに向上させるかが課題」といった意見がみられたほか、地域住民が自らの取組により観光客が訪れることを体感できる事業を実施しているものがみられた<参考事例>
- ➡ **地域住民を巻き込んだ観光地域づくりを推進するため、住民の目に見える身近な活動や住民と観光客をつなぐ活動に取り組むなどにより日本版DMO等の認知度を向上させることが望ましい**

<多様な関係者との連携イメージ>

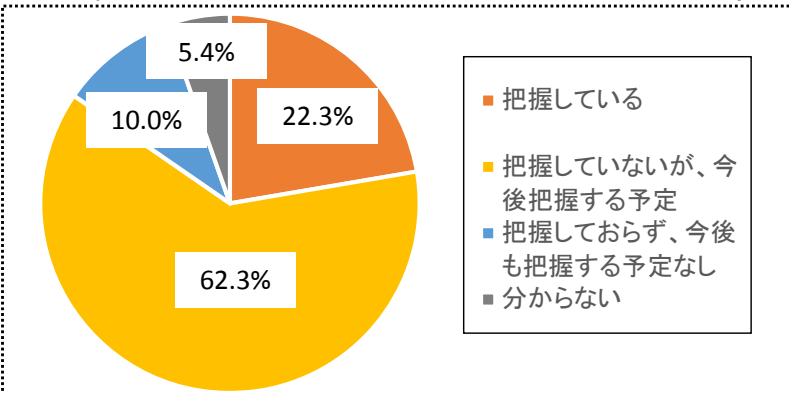


(注) 観光庁資料による。

問 外国人旅行者の受入れに当たり、貴団体又は他の関係団体（行政機関を含む）において、地域住民の理解を得る取組を行っていますか（n=130）



問 目指すべき地域の将来像の実現に向けた各種事業の実施に当たり、貴団体又は他の関係団体（行政機関を含む）において、事業区域内の住民満足度を把握していますか（n=130）



<参考事例> 地域住民と観光客をつなぐ観光地域づくりの取組

- （公財）阿蘇地域振興デザインセンターでは、「ずっと住み続けることができる阿蘇づくり」を目的に、観光振興を含む地域振興に関する活動を実施。H20からは「阿蘇くじゅう観光圏」の観光地域づくりプラットフォームとしての活動を開始
- 同法人の事業区域内は高齢の住民が多い地域であることから、「日本版DMO」という名称を伝えたところで理解は得られず、SNS等で活動状況を発信しても効果は低いと分析
- 地域住民の理解を得る活動に取り組むに当たって、**住民にとって「手軽さ・身軽さ・気軽さ」が必要であり、地域住民の目に見える身近な活動を通じて同法人の認知度が向上していくことが重要と考え、住民と観光客をつなぐ取組の一つとして「復興チューリップ事業」を展開**（熊本県の「くまもと里モンプロジェクト推進事業」を活用）



地域の児童によるチューリップの植栽

- チューリップは雑草等が生えにくい冬季に植付け、春季に開花する植物であり、手軽に栽培が可能
- H29.12に地域住民と共に8色のチューリップ約1万株を熊本地震で使えなくなった田畑等に植栽（住民の協力により、植栽に要した費用はチューリップの球根費用等の約70万円）

- 開花時期に合わせて、観光客向けのスタンプラリーを実施することなどにより阿蘇地域への誘客を図り、**地域住民が自らの取組により観光客が訪れてくることを体感できる事業になっている**



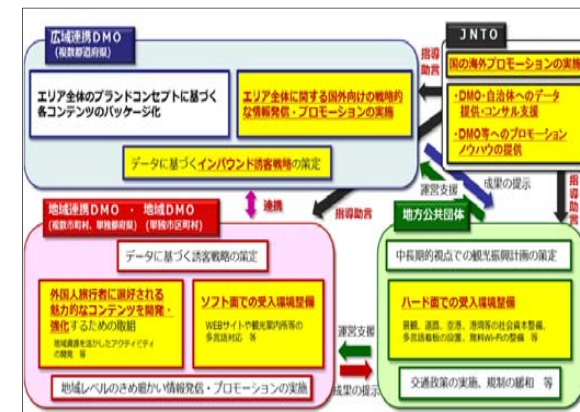
スマートフォンのアプリを活用したスタンプラリーに関するチラシ

(4) 日本版DMOの運営に当たっての他の観光関連団体等との連携・役割分担

調査結果の概要

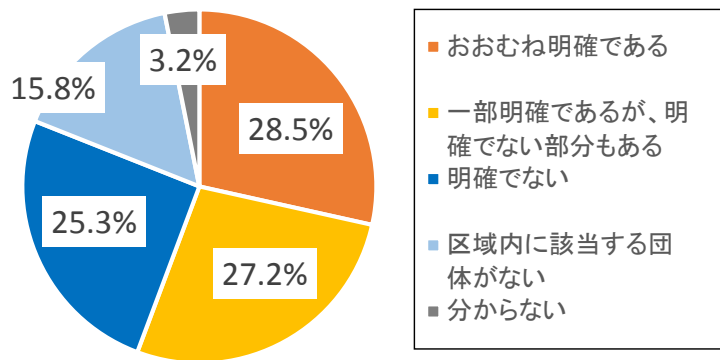
- ◆ 地域の多様な関係者と連携し、それぞれの役割を明確にしていくことは、日本版DMO等が観光地域づくりを効率的・効果的に進めていく上で重要
- ◆ 全国の日本版DMO等に対して、「事業区域が重なる日本版DMO等間での連携・役割分担の現状」等を調査
 - 日本版DMO等間での役割分担が「必要である」と回答したものが約79%
 - 一方、日本版DMO等間での役割分担の現状については、「明確でない」としたものが約25%、「一部明確であるが、明確でない部分もある」としたものが約27%
 - 一部の日本版DMOにおいて、県内の各市町村の目指す姿の実現をサポートすることを自らの役割として位置付け、市町村ごとの観光関連データ(市町村版カルテ)の提供等に向けて市町村等の関係者と議論を重ねているものがみられた<参考事例>
- ➡ **日本版DMO等が他の観光関連団体等と観光地域づくりに関する考え方を共有し、必要な連携・適切な役割分担を進めていくために、今後、連絡調整会議等の場を活用して合意形成を図っていくことが望ましい**

<DMO及び地方公共団体等における役割分担のあり方（イメージ）>



(注) 観光庁資料による。

問 事業区域が重なる他の日本版DMO等との役割分担は明確ですか (n=158)



連携・役割分担に関する意見

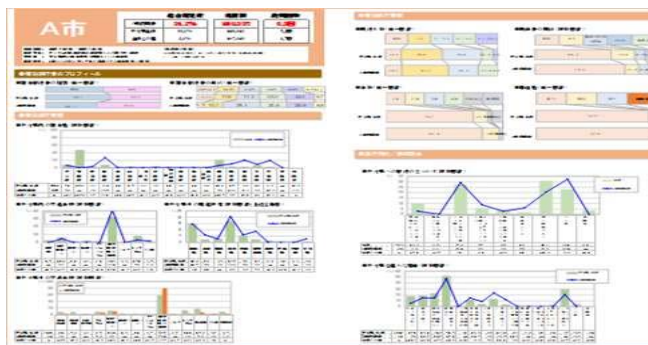
- ✓ 広域連携DMO (注) には、域内の関係者を集め、域内全体の旅行者の動向等を分析・共有できる場を提供してもらいたい
- ✓ 広域連携DMOが主導して、域内の統一した統計データの収集・分析を行い、域内DMOへ共有してほしい
- ✓ 都道府県DMOは海外セールス、各市町村DMO等は旅行商品の造成や受入環境整備に取り組むというのが理想的

(注) 「広域連携DMO」とは、複数の都道府県を事業区域とする日本版DMOをいう。

<参考事例> 県内の観光関連団体等との連携等に係る取組

- (公社) ツーリズムおおいたは、県域エリアを担当する観光協会として、県内の各市町村が目指す姿を実現し、結果として、観光による県内地域経済の活性化が図られるよう支援をする「サポート型DMO」を目指している
- 具体的な支援として、地域の集客・消費状況等のデータ収集や市町村DMO等への分析データの提供・戦略提案等を検討しており、H29には市町村や観光協会、他の日本版DMO等が参加する「観光マーケティング会議」を発足
- 現在、各市町村に訪れた旅行者数や周遊状況等に関するデータを整理した**市町村版カルテの作成・提供**に向け、県が実施する**各観光調査の調査項目の見直しや市町村版カルテの構成項目等について議論**を重ねている

<市町村版カルテ（イメージ）>



- 【構成項目】
- ・ 人数、同伴者
 - ・ 周遊状況
 - ・ 消費額
 - ・ 訪問回数
 - ・ 来訪手段
 - ・ 居住地
 - ・ 宿泊地、泊数
 - ・ 満足度
 - ・ 情報収集源
 - ・ 来訪目的 など

<日本版DMOの役割分担の一例>

広域連携DMO

- ・ 観光戦略の提示
- ・ 海外プロモーション
- ・ 統一したデータ収集・域内DMOへの共有

地域連携DMO

- ・ 都道府県域のブランディング
- ・ 観光コンテンツ開発・販売の支援(プラットフォームの構築)
- ・ 人材育成

地域DMO

- ・ 住民の理解を得る取組
- ・ 観光コンテンツの磨き上げ
- ・ 受入環境の整備

(注) 1 当省の調査結果による
2 「地域連携DMO」とは、単独の都道府県又は複数の市町村を事業区域とする日本版DMO、「地域DMO」とは、単独の市区町村を事業区域とする日本版DMOをいう。

2 訪日外国人旅行者の滞在データの比較結果

調査結果の概要

- ◆ 観光による地方創生を実現していくためには、観光に関する各種データの継続的な収集・分析、明確なコンセプトに基づいた戦略の策定、KPIの設定等を通じた観光地域のマネジメント、マーケティングが重要
 - ◆ 他方、観光に係る政府統計は、全国単位、都道府県単位のデータがほとんどであり、当省がヒアリングを行った日本版DMO等の一部からは、「対象エリアに対応した公的統計がなく、把握に苦慮している」との意見がみられた
- ⇒ 総務省行政評価局では、日本版DMO等におけるデータ活用に向けた試行として、訪日外国人について①**宿泊旅行統計調査の市区町村別の延べ宿泊者数**（H24～28）、②**観光ビッグデータの一つである「モバイル空間統計」の市区町村別の滞在者数**（H28）を把握

宿泊旅行統計調査

- ✓ 観光庁が実施する統計調査
- ✓ ホテル、旅館、簡易宿所、会社・団体の宿泊所を対象として、各月の延べ・実宿泊者数及び外国人延べ・実宿泊者数等を把握

モバイル空間統計

- ✓ 携帯電話のローミングデータに基づき、昼間や夜間の滞在者数等を把握
- ✓ 外国人滞在者数は、訪日外国人における約500万台（2016年）の携帯電話データを基に出入国者数を用いて、拡大推計

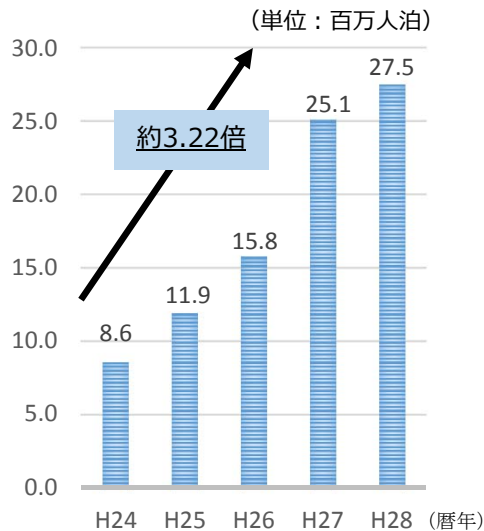
(1) 宿泊旅行統計調査 <資料2-1、2-2>

- ✓ 市区町村別の外国人延べ宿泊者数の推移が把握可能

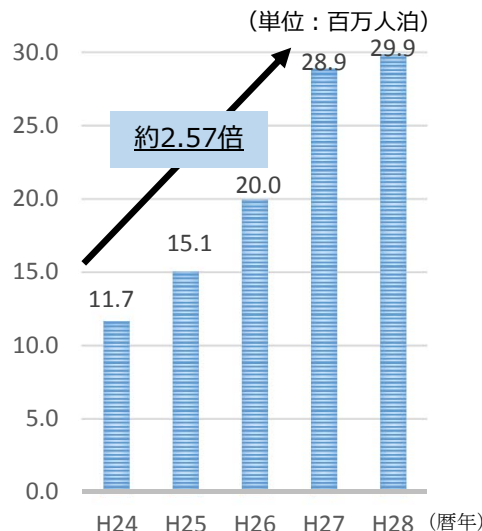
分析・活用イメージ

「三大都市圏以外の地域」と「政令指定都市及び特別区以外の地域」(注)における外国人宿泊者数の伸び率（H24→28）を比較すると、人口規模の大きい地方部の政令指定都市が含まれる「三大都市圏以外の地域」の伸び率が高い（参考：全国の伸び率 約2.64倍）
 (注) 全国の市区町村のうち、人口の多い市区である政令指定都市及び特別区を除いた市町村を指す。

三大都市圏(8都府県)以外の地域



政令指定都市及び特別区以外の地域



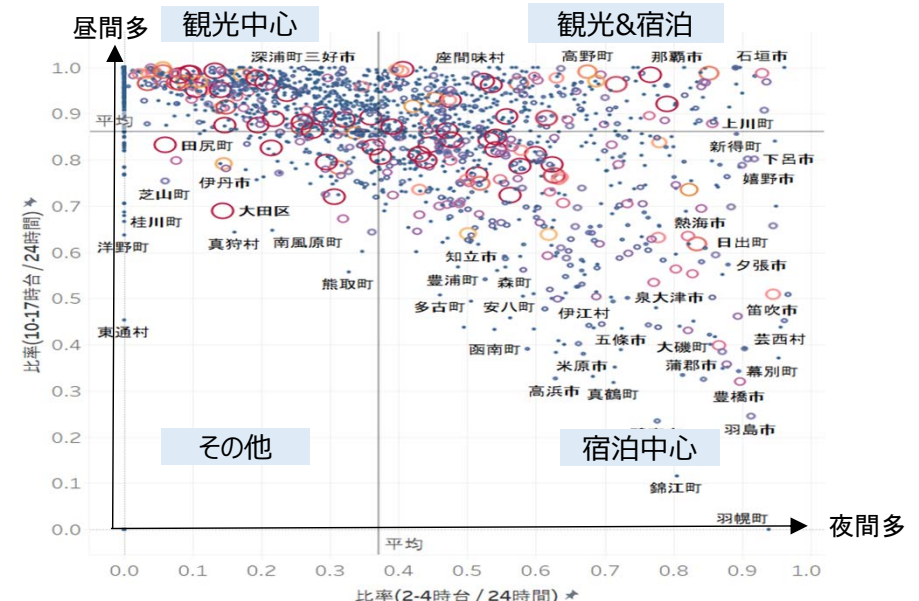
(注) 宿泊旅行統計調査は、都道府県単位の統計を作成することを前提に設計されていることから、市区町村別に表章した場合、標本誤差の大きい又は、数値が得られない市区町村が生じる場合がある。

(2) モバイル空間統計（携帯電話の基地局情報） <資料2-1、2-3、2-4>

- ✓ 昼間、夜間の訪日外国人滞在者数の比較により、訪日外国人滞在者の態様（観光中心、宿泊中心等）が把握可能

分析・活用イメージ

24時間滞在者数に占める昼間の滞在者数の割合に比べ夜間の滞在者数の割合が小さい地域において、今後観光消費額を増加させるためには、宿泊客の増加に資する施策の検討の余地あり



(注) 縦軸の数値は、昼間滞在者数を24時間滞在者数で除した比率であり、横軸は夜間滞在者数を24時間滞在者数で除した比率である。

<参考資料：日本版DMOの設立に向けた観光庁等の取組>

■ 日本版DMOの形成・確立の必要性

これまでの観光振興に関する課題

多様な関係者の巻き込みが不十分

- ・ 行政と宿泊業、飲食業等を中心に観光振興を実施しており、文化、農林漁業、商工業等の関連事業者や地域住民の巻き込みが不十分
- ・ 地域に息づく暮らし、自然、歴史、文化等の幅広い資源が未活用
- ・ 観光地域づくりに不可欠な地域住民の視点が不十分

各種データの収集・分析が不十分

- ・ 訪れる観光客に関する各種データの収集・分析が不十分
- ・ 結果として、「どんな人が」「どこから」「何を求めて」「どうやって」自らの地域を訪れているか未把握
- ・ ターゲットとすべき顧客層や地域のコンセプトが十分に練られておらず、近年の旅行者マーケットに十分対応できていない

民間的な手法の導入が不十分

- ・ 明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを行うためには、効果的なプロモーション等の民間的な手法を取り入れる必要がある
- ・ 現在の観光振興体制では民間的な手法の導入は不十分

日本版DMOの設立を推進

「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりのかじ取り役として、内外の人材やノウハウを取り込み、多様な関係者と協同しながら、観光地域づくりの戦略を策定し、着実に実施する調整機能を備えた法人を形成・確立

<日本版DMOに求められる機能>

- 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
- 各種データの継続的な収集・分析
- 明確なコンセプトに基づいた戦略の策定
- KPIの設定・PDCAサイクルの確立
- 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

- 観光地域づくりの
一主体として実施する
個別事業
- ✓ 着地型旅行商品の造成
 - ✓ ランドオペレーター業務の実施 等

■ 日本版DMO登録手続きの流れ

日本版DMO候補法人登録申請 (観光庁へ日本版DMO形成・確立計画の提出)

日本版DMO登録要件

- ✓ 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
- ✓ 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
- ✓ 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、プロモーションの実施
- ✓ 法人格の取得、責任者の明確化、データ収集・分析等の専門人材の確保
- ✓ 安定的な運営資金の確保

各項目について「今後該当予定」でも日本版DMO候補法人へ登録可能

日本版DMO候補法人登録

128法人 (H30.3.30現在)

- ✓ 事業報告書の提出 (随時)
- ✓ 日本版DMO形成・確立計画を必要に応じて更新 (随時)

日本版DMOへ登録されるためには、「各登録要件に対する自己評価」が全て「既に該当」になっていることが必要

日本版DMO登録

70法人 (H30.3.30現在)