

# 観光・インバウンドで実現する地方創生

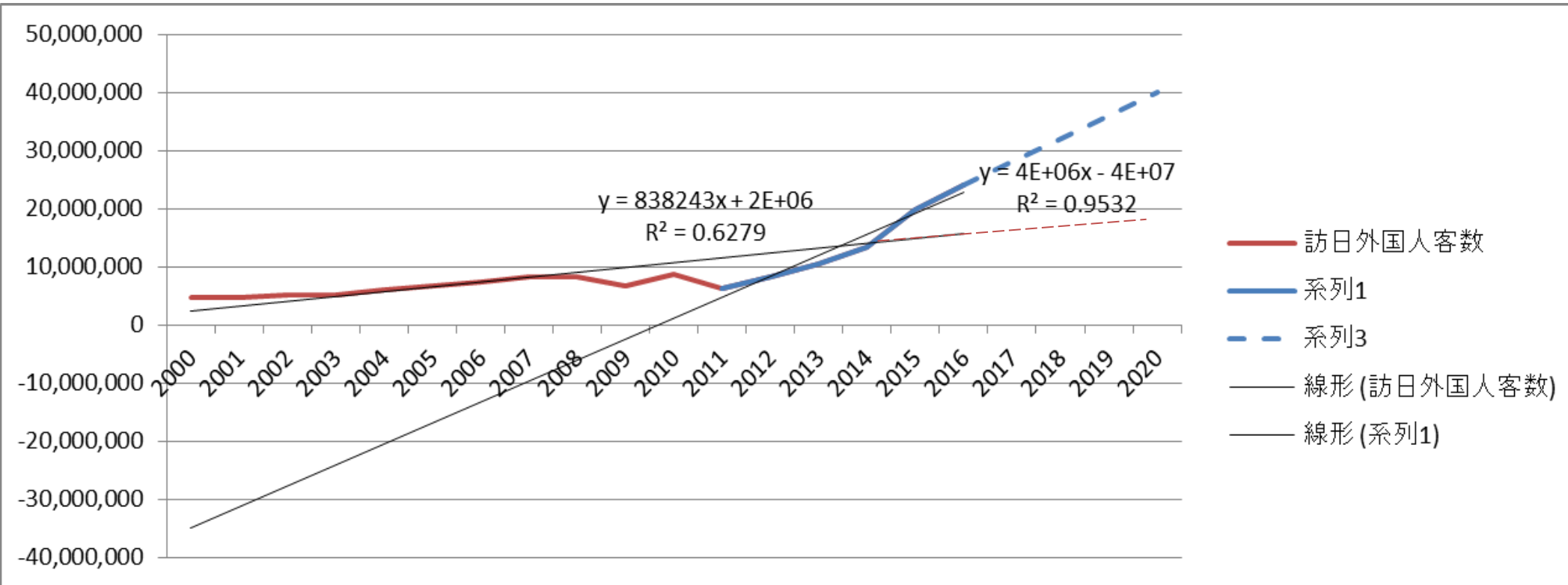
地域観光の主体となるべきDMO

2016年11月7日

近畿大学経営学部

高橋一夫

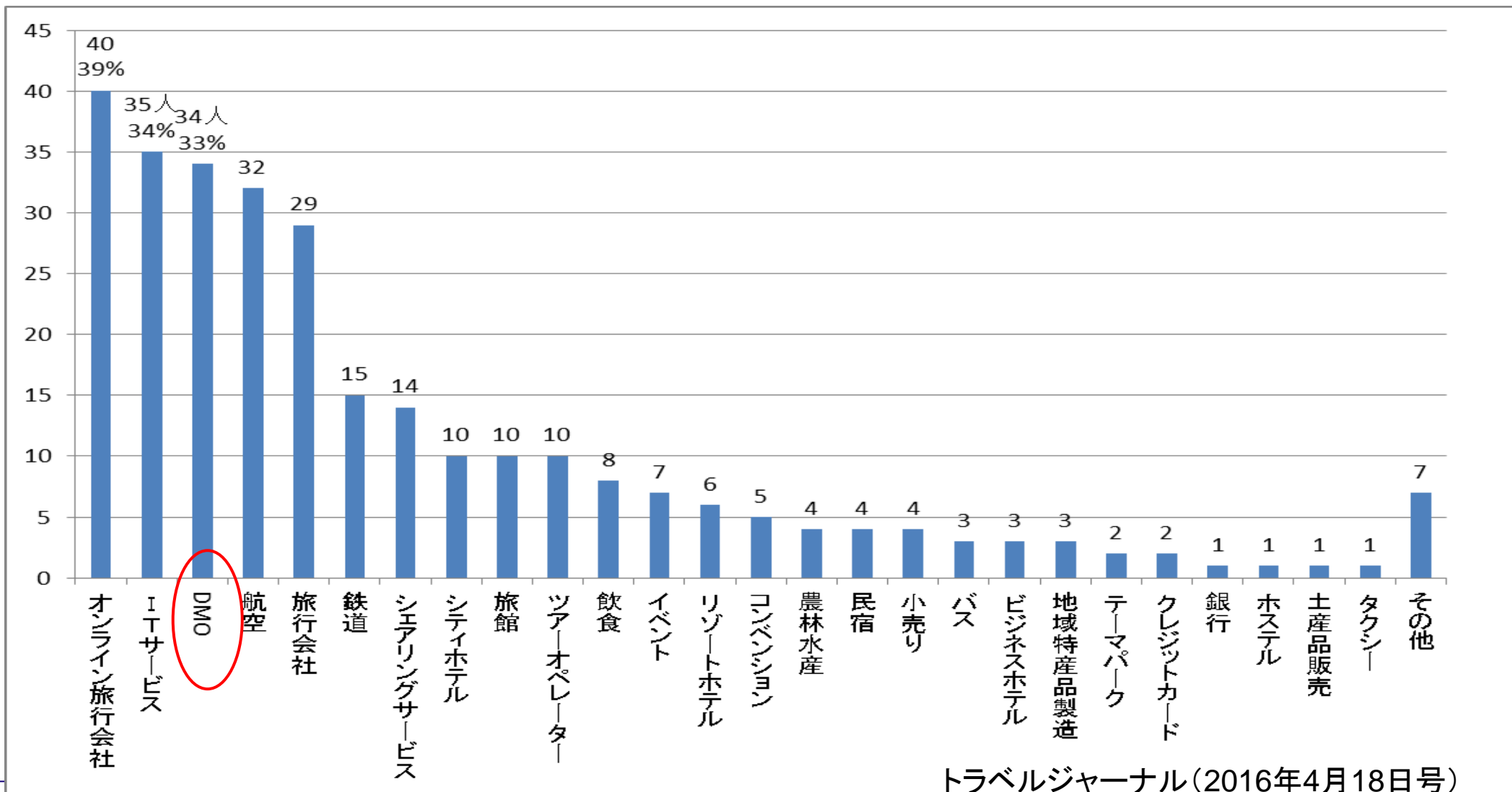
# 回帰分析で2020年の訪日外国人を予測してみた



- ・2000年～2016年(8月以降は予測値)の訪日外国人客数による近似曲線の数式では1900万人弱(赤の破線)
- ・2011年～2016年での数値で分析すると4000万人となる(青の破線)。
- ・2012年以降の積極的な政策や民間の戦略が功を奏しており、**今後も積極的にイノベーションを**していくことが必要と考えられる。

# 2020年のツーリズムビジネスの牽引役として期待される業態

(3つまで回答)



# 日本政府におけるDMOへの政策言及(抜粋)

## まち・ひと・しごと創生総合戦略(2014年)

- ・効率的な事業を継続的に推進する主体(日本版DMO)が必要

## 日本再興戦略 2015年改訂(アクションプラン)

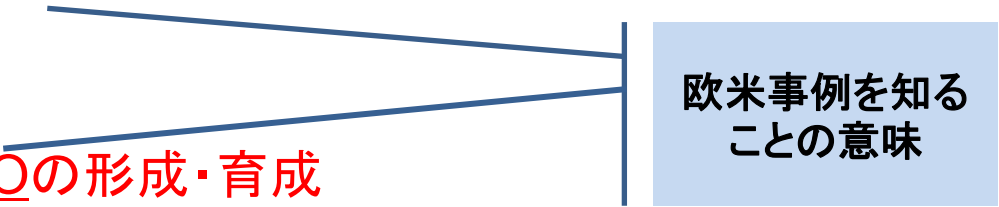
- ・日本の観光のトップランナーとしてふさわしい地域の中から世界に通用する観光地域づくりとマーケティングを行う官民一体の観光地経営体(日本版DMO)を選定し、政策資源を集中的に投入する。

## まち・ひと・しごと創生基本方針2015

- ・地域の観光振興を戦略的に推進する専門的な組織として日本版DMOを確立する
- ・欧米の先進事例も踏まえ、望ましい機能を備えた日本版DMOを早急に育成する

## 日本再興戦略 2016

- ・世界水準のDMOの形成・育成



欧米事例を知ることの意味

(2020年までに世界水準のDMOを全国で100組織形成)

# 欧米DMOを形作る組織運営とガバナンスの要点

	意思決定機関の存在感	行政との機能分担の有無	プロパー職員による運営(専門人材の存在)	DMOによる人事評価	多様な財源の存在 (一般財源以外の収入)	多様なステークホルダー(行政、観光事業者、住民)との緊張感のある関係	確かな評価指標
バルセロナ	○	○	○	○	○ 自主事業収入約95%	○	○
ロンドン&パートナーズ	○	○	○	○	× 補助金約70% ランク別の会費制度	○	○
ハワイツーリズムオーソリティ	○	○	○	○	○ 宿泊税(TAT)	○	○
SFOトラベルアソシエーション	○	○	○	○	○ TID69% 会費(7段階)+ 協賛約24% 補助金7%	○	○
ビジットナパバレー	○	○	○	○	○ TID約95%	○	○
ワシントンDC	○	○	○	○	○ ホテル税70% 会費・協賛金25%	○	○
メリーランドDMO (州政府Tourism Development)	× (政治に影響を受ける)	× (行政そのもの、様々な規制)	△ (約3割は永続的)	×	× 州の一般財源約10億円 8つのタックスコード	○	○

出所: 高橋一夫(近畿大学経営学部)と欧州は神戸市、米国はせとうちDMO、関西国際観光推進本部の共同調査

## DMOとは

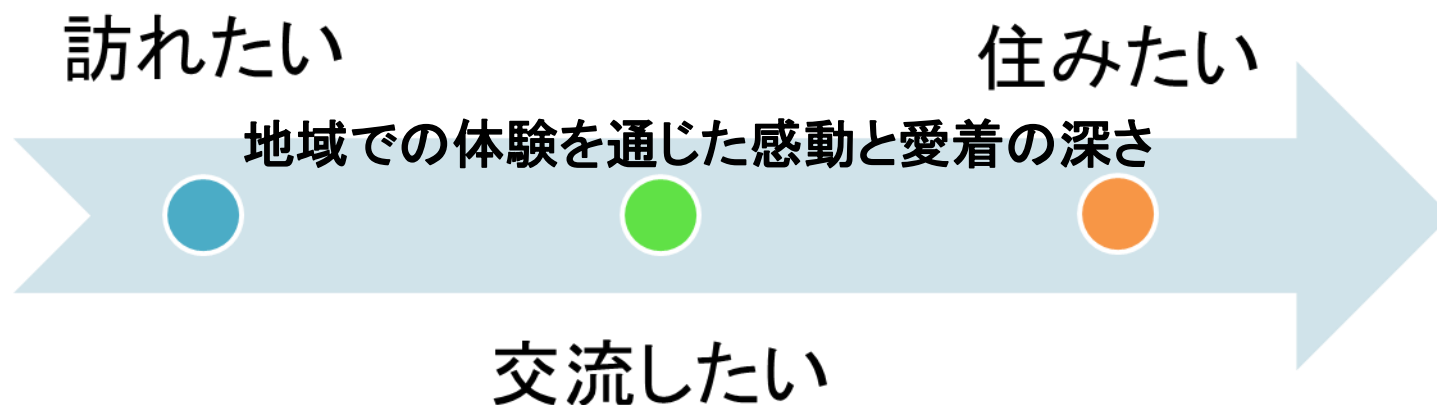
地方自治体と民間事業者による**観光ビジネスの共同体**で、観光地経営を担うための機能と高い専門性を有し、観光行政との役割分担による**権限と責任を明確にしたプロフェッショナルな組織**

## 観光地経営とは

観光地域において**設定される目的を達成**するために、持続的・計画的に意思決定をおこなって実行に移し、**観光地域の様々な主体と調整**をしながら観光事業を**管理・遂行**すること

## 観光の役割

観光は交流人口の拡大を担い、旅行客に「住民が生活する地域そのもの」を通じた「経験」を提示し、深い関係を構築することで、「住みたい」価値を生み出していく。  
また、交流人口の拡大は観光産業基盤の充実にもつながり、雇用の創出とともに地域経済の活性化に向けた一翼も担う。



# 活躍が期待される「せとうちDMO」

需要を創造し、供給体制(観光消費)を構築することを目的とする。金融機能をもつ世界的にも類をみないDMO

