

観光文化委員会

平成28年4月19日(火) 広島市において、仁田委員長をはじめ委員40名出席のもと、観光文化委員会を開催した。

当日は、議事に先立ち、鳥取県観光交流局 課長 岩下 久展氏より「山陰DMOの概要と今後の取組み」、(一社)せとうち観光推進機構 事業本部長 村橋 克則氏より「せとうち観光成長戦略(せとうちDMOが目指すもの)」と題し、ご講演をいただいた。

引き続き議事に移り、平成27年度事業報告および平成28年度事業計画(案)について審議し、原案どおり承認された。議事後、「東南アジアからの観光客ニーズ分析と受入体制整備方策検討調査」および「四国圏在住者から見た中国地方の観光地の実態と魅力度」調査の報告を行った。



わが国は、アベノミクス成長戦略の一翼として観光産業の基幹産業化、観光立国に力を入れており、DMO (Destination Management/Marketing Organization) を核とする観光地域づくりを積極的に支援することとしている。今後、日本版DMOは、観光地経営の視点から観光地域づくりを実現するための戦略を策定し、その戦略を着実に実施するため多岐にわたる関係者の調整を行うなど、観光地域づくりの舵取り役を担うこととなる。

せとうちDMO、山陰DMOが魅力ある観光地域づくりを進め、観光の力で中国地方全体の「地方創生」に大きく貢献していただけるものと期待するとともに、旬の話題である日本版DMOの概要について講演いただいた。

【講演1】

○演題

「山陰DMOの概要と今後の取組み」

○講師

鳥取県観光交流局 観光戦略課
課長 岩下 久展氏



○要旨

■山陰DMO設立の経緯

平成27年6月「せとうち・海の道」が観光庁の事業である「広域観光周遊ルート」に認定されたことを契機に、島根県と鳥取県の知事合意のもと、両県が連携してDMO設立に向け取組むこととなった。

平成28年4月22日設立総会が開催され、秋以降に一般社団法人として法人化する予定である。

■山陰DMOの取組み

- ①世界に通用する「山陰ブランド」の確立、定着
ワンストップ窓口の機能整備
- ②市場分析、動向調査など客観的データに基づくマーケティングを行い、インバウンド戦略を策定、管理
- ③海外および国内向けプロモーションの実施
- ④山陰地域限定特例通訳案内士養成
構造改革特別区域制度により、地元人材を活用した有償の通訳ガイドとして120名を養成中。5月末より山陰両県で活動開始予定

■山陰地域におけるDMOと各観光事業者との連携

鳥取県では、東部・中部・西部それぞれの地域でDMOを設立する予定。

既存の組織である各県の観光連盟、各市町村単位の観光協会は、国内事業に特化した事業に取組む。

山陰DMOは、山陰地域全体の舵取り役としてこれら各関係者と連携して取組みを行っていくこととなる。

■山陰DMOの組織概要

- ①参加団体：16団体
- ②会長(非常勤)：田川 博己
(株)ジェイティービー会長、
(一社)日本旅行業協会会長

代表理事(常勤): 福井 善朗
(元神奈川県産業労働局観光
部観光資源担当課長)

顧問: 平井 伸治 (鳥取県知事)
溝口 善兵衛 (島根県知事)

③事務局体制: 12名
(行政・企業・団体からの派遣)

④予算: 169,000千円

⑤目標: 外国人観光客宿泊者延べ数
平成31年25万人

【講演2】

○演題

「せとうち観光成長戦略
(せとうちDMO)が
目指すもの」



○講師

(一社) せとうち観光推進機構
事業本部長 村橋 克則氏

○要旨

■ミッション・ビジョン・目標

【使命・役割(ミッション)】

瀬戸内の魅力を国内外に向けて発信し来訪者の増加を図るとともに、せとうちブランドを確立する。それにより域内事業者と住民の意欲を喚起し、新しい産業と雇用の拡大を促進し、定住人口の増大につなげ、自律的かつ持続的な成長循環を創り上げる。

【実現したい姿(ビジョン)】

せとうちが一度ならず二度、三度と訪れてみたい場所として定着し、国内外から人々が集まり、地域が潤い、輝かしい未来に向けて住民の間に誇りと希望が満ちている。

【目標】

平成32(2020)年に観光総収入1,210億円(対平成26(2014)年倍増)、住民満足度90%。

■全体戦略

【ターゲット】

東アジア(台湾・中国・韓国)、アメリカ、フランス
(訪日経験が豊富でもっと深い日本に触れたい成熟した消費者)

【コンセプト】

AUTHENTIC JAPAN SETOUCHI
真正なる(ありのままの)日本がここにある

【中心的な6つのテーマ】

クルーズ、サイクリング、アート、食、宿、地域産品

■5つの重点施策

①通年型観光地化戦略

季節に左右されず、年間を通じて安定的な集客を見込める基盤を作り上げる。

②スター作り戦略

年間100万人以上の集客を見込めるスポットを10か所以上作る。(現在、100万人以上集客できるのは、平和公園、宮島、姫路城のみ)

③聖地化・代名詞化戦略

「〇〇と言えばせとうち」というテーマを3つ以上確立する。現時点で、サイクリング(瀬戸内しまなみ海道)、アート(瀬戸内国際芸術祭等)、クルーズは確立されつつある。

④プラットフォーム戦略

独自メディア(瀬戸内Finder)へエリア情報、ユーザー情報、域内事業者情報を集約、強化。

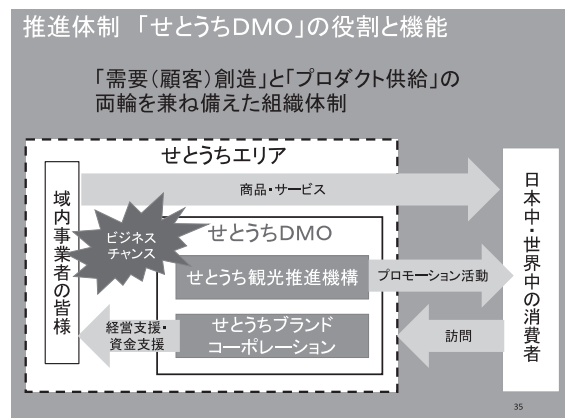
⑤住民こぞっておもてなし戦略

「人」によるおもてなしのレベルを地域全体で高め、リピート率の向上を図る。

■推進体制

「せとうちDMO」は、ブランディング・集客機能を担う「せとうち観光推進機構」と日本政策投資銀行、各県の地方銀行7行で立ち上げた「せとうちブランドコーポレーション」の二つの組織で構成。

「せとうちブランドコーポレーション」は、100



億円のファンドを用意し、事業者の経営支援・資金支援を行う。

■せとうち観光推進機構の組織概要

- ①会長(非常勤):佐々木 隆之
(西日本旅客鉄道(株)取締役会長)
事業本部長(常勤):村橋 克則
(株)オプリージュ代表取締役)
- ②事務局体制:21名
(行政・企業・団体からの派遣)

【議事概要】

I. 平成27年度事業報告

1. 観光文化委員会の開催
2. 中国地域における観光振興の課題・方向性の検討
「四国圏在住者から見た中国地方の観光地の実態と魅力度」調査について、当連合会より報告。
3. 東南アジアからの観光客ニーズ分析と受入体制整備方策検討調査
当連合会より報告。
4. 夢街道ルネサンス推進会議、中国地方風景街道協議会の活動の推進
5. 西日本広域観光周遊ルートの開発・誘客促進
西日本の経済団体や観光組織と連携して、東のゴールデンルートに対抗できるルート開発・誘客促進に向けた活動を行った。
6. 中国地域観光推進協議会への支援・連携
 - (1)「2015中国地方インバウンドフォーラム」の開催
9月岡山市において開催。
 - (2)ウェブサイトでの情報発信強化
 - (3)一般市民への情報発信・認知度向上
メディアの活用、ガイドブック、ドライブマップの作成、旅行博への出展等。
 - (4)FIT(個人旅行)で周遊してもらうための受入体制の充実
アクセスガイドの刷新。

II. 平成28年度事業計画

1. 観光文化委員会の開催
2. 観光振興に関する事業(調査・研究)
 - (1)中国地域における観光振興の課題・方向性の検討

「首都圏在住者から見た中国地方の観光地の実態と魅力度」をウェブ調査により実施し、当地方の認知度向上やイメージの醸成に役立てる。

- (2)外国人観光客の中国地域内周遊に関する市場調査
「東南アジアからの観光客ニーズ分析と受入体制整備方策検討調査」結果も取り込み、外国人観光客の中国地域内周遊に関する調査を行う。調査結果について、中国地域観光推進協議会、観光関係の行政や民間事業者へ情報提供を行う。
- (3)中国地方の観光産業の課題と解決方策に係る調査
観光産業を真の基幹産業とすべく、中国地方の観光産業の課題と解決方策に係る調査を行い、その結果を政策提言に盛り込み政府等へ要望する。
3. 夢街道ルネサンス推進会議、中国地方風景街道協議会の活動の推進
4. 西日本広域観光周遊ルートの開発
西日本の経済団体や観光組織が一堂に会し、国の広域観光周遊ルート形成事業に関する情報交換や連携に関して議論を行う。
5. 中国地域観光推進協議会への支援・連携
 - (1)「2016中国地方インバウンドフォーラム」の開催
9月山口市において開催。
 - (2)ウェブサイトでの情報発信強化
 - (3)一般市民への情報発信・認知度向上
多様なメディアの活用、広域周遊マップの作成、旅行博への出展等。
 - (4)FITで周遊してもらうための受入体制の充実
外国人観光案内所の機能強化・連携強化。
 - (5)交通事業者との連携事業
メディアを招請しての情報発信、マップの作成、旅行博への出展。
 - (6)山陰・瀬戸内との連携事業
韓国市場における「瀬戸内しまなみ海道」[中国やまなみ街道]情報発信、中国・フランスにおける旅行博への出展やメディアを招請しての情報発信。

(担当:菰下)