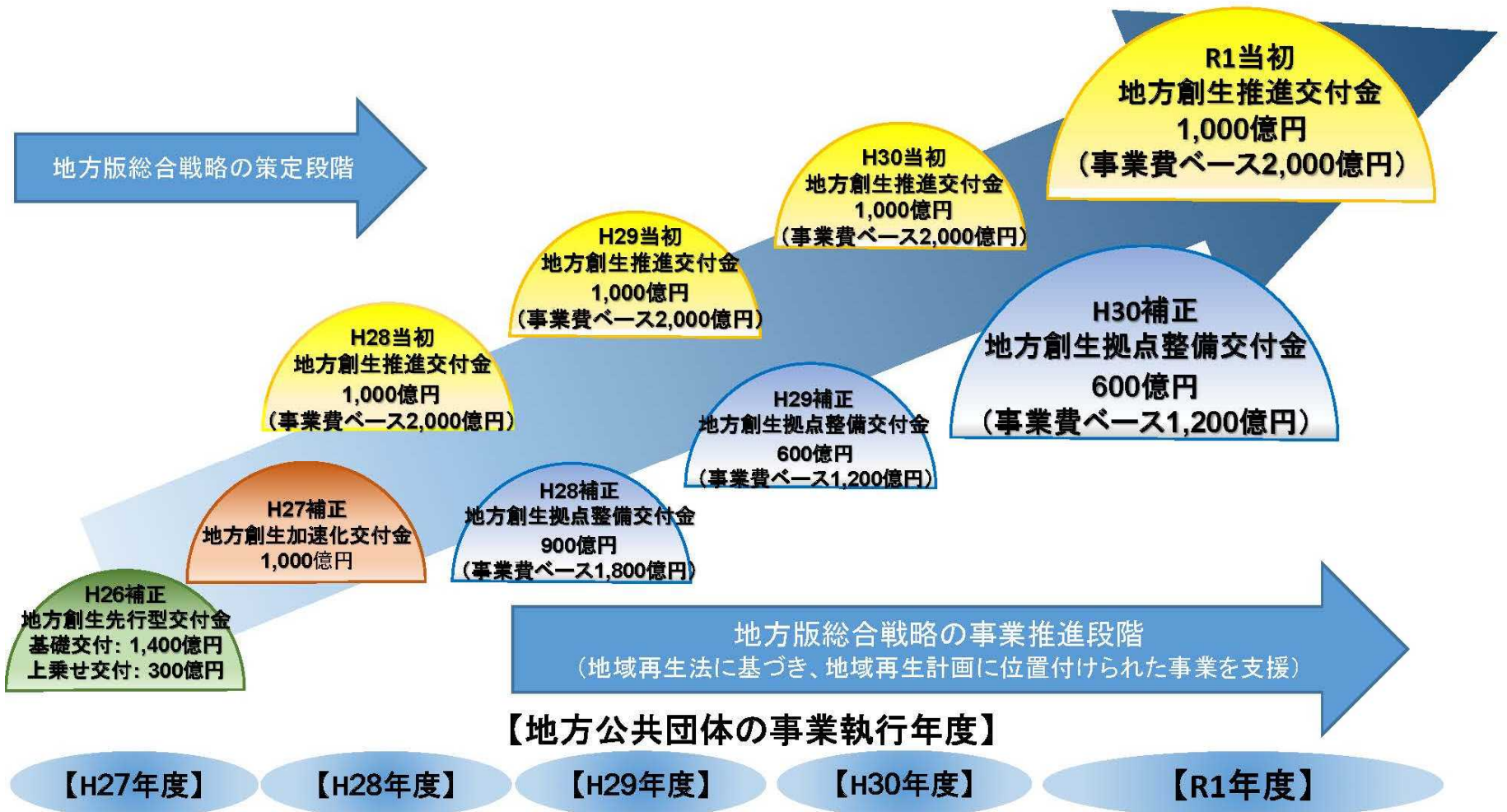


地域創生と インバウンドからみた 日本遺産

日経BP総研 まちイノベーションセンター長 高津尚悟

地方創生関係交付金の概要（イメージ）

- 自治体の自主的・主体的な取組で、先導的なものを支援
- KPIの設定とPDCAサイクルを組み込み、従来の「縦割り」事業を超えた取組を支援



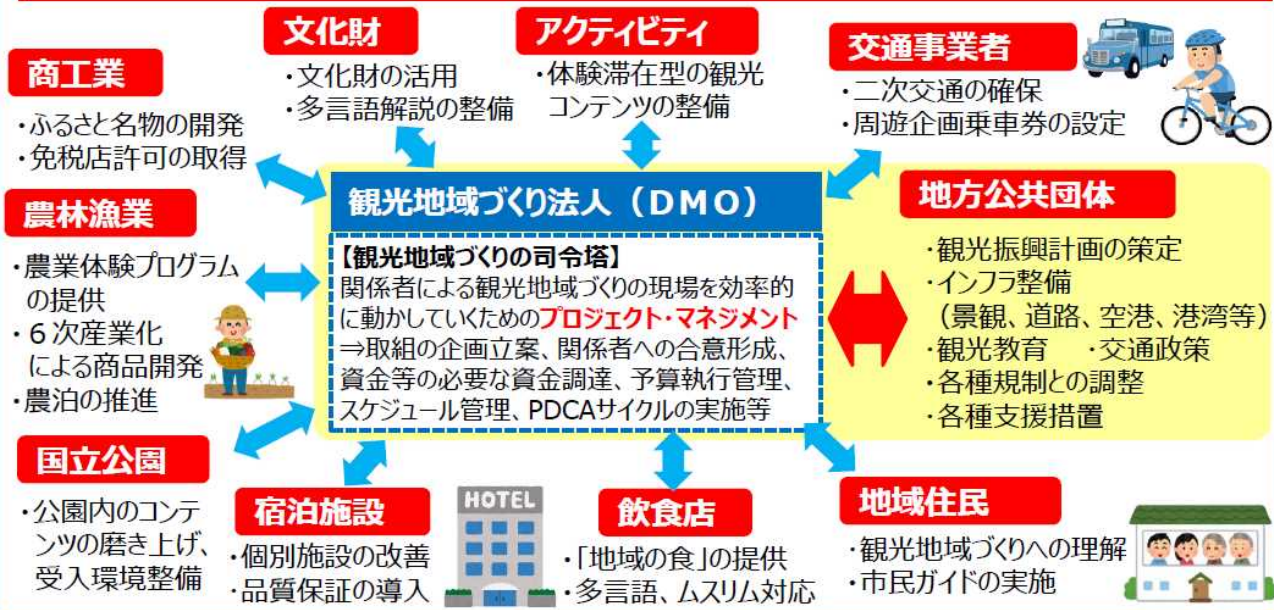
観光地域づくり法人 (DMO)

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舵取り役となる法人

DMO : Destination Management / Marketing Organization

地域の関係者を巻き込んだ体制の構築

観光地域づくり法人(DMO)を中心とし、地域の関係者が主体的に参画した体制を構築



ターゲティング等の戦略策定

観光コンテンツの造成

受入環境の整備

地方誘客・旅行消費拡大

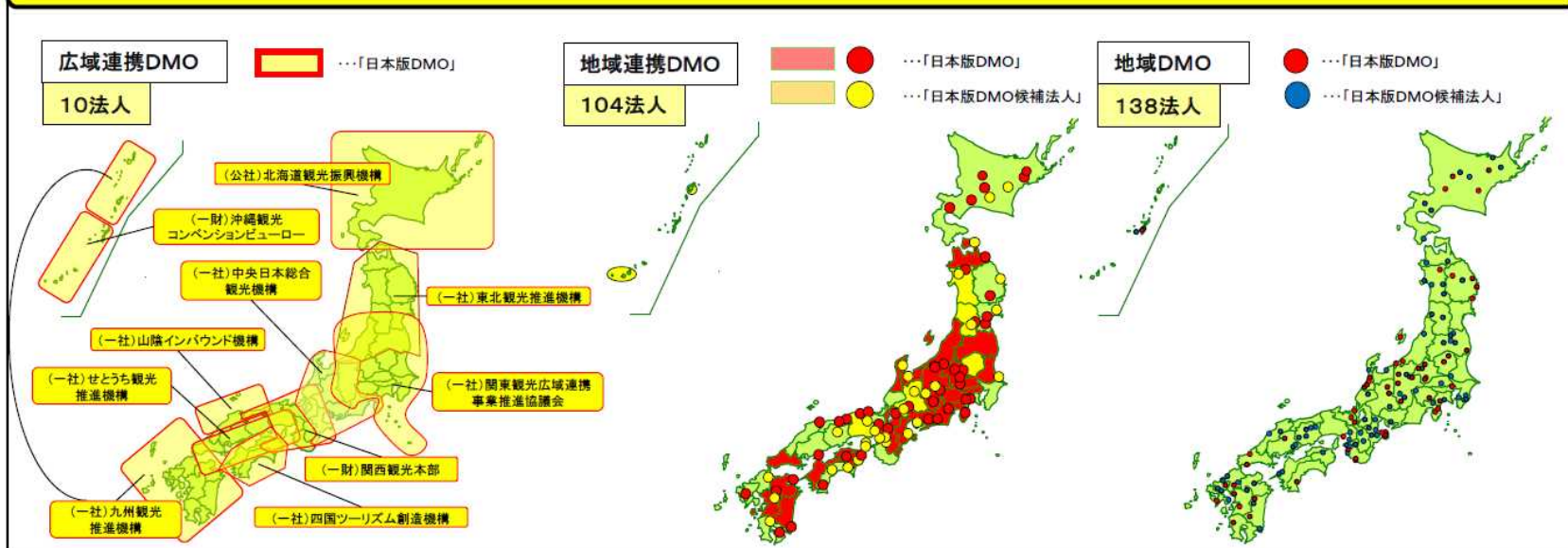
「日本版DMO登録制度」

「日本版DMO」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
- (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
- (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、プロモーションの実施
- (4) 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
- (5) 安定的な運営資金の確保

すでに該当している = 「日本版DMO」
 今後該当する予定 = 「日本版DMO候補法人」

「日本版DMO登録制度」における登録法人として252法人（※）が登録（R1.8.7時点）



※「日本版DMO」登録数：136法人、「日本版DMO候補法人」登録数：116法人



☰ メインメニュー

📊
ダッシュボード ヘルプ



Regional Economy Society Analyzing System

地域経済分析システム

2018.01.29 Updated

ニュース・イベント



2018.02.08 Updated

RESASとは・関連情報



関連サービス



北海道の現状 観光(目的地検索)

北海道内の観光スポット等の中で2017年(休日、自動車)に最も多く検索されたスポットは旭川市旭山動物園です。

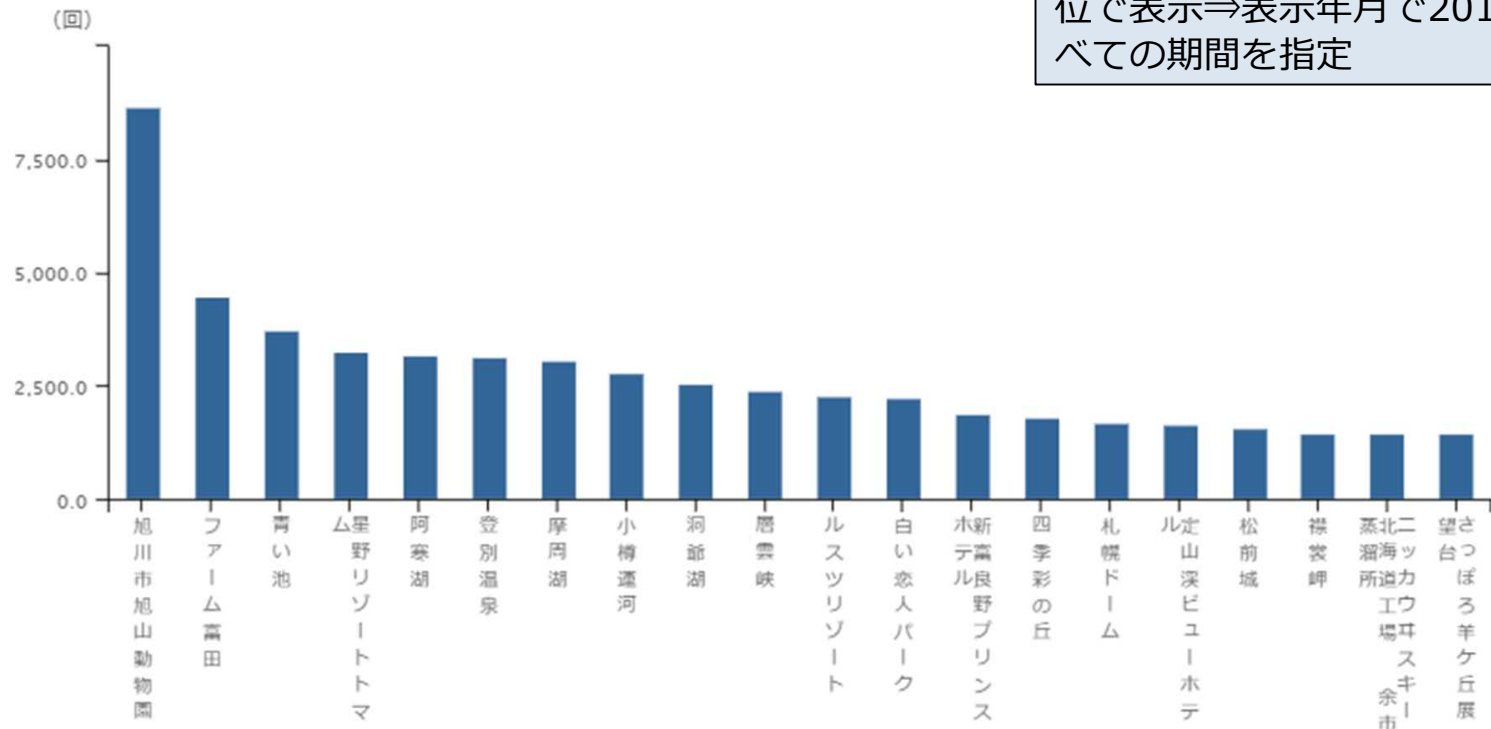
指定地域の目的地一覧

表示年月：2017年すべての期間(休日)

指定地域：北海道

交通手段：自動車

観光マップ⇒国内⇒目的地分析⇒
地域を指定⇒目的地検索ランキング
を表示⇒表示方法で都道府県単
位で表示⇒表示年月で2017年、す
べての期間を指定

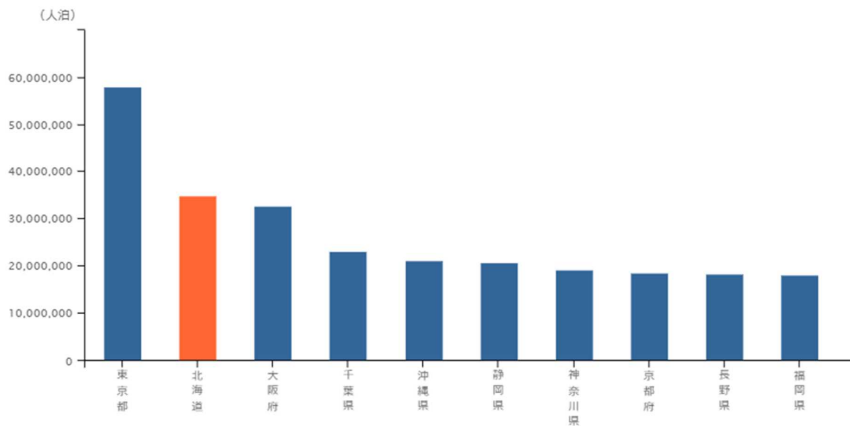


交流人口に関する課題抽出(現状把握)のための分析

下記のグラフは、左が都道府県別の延べ宿泊者数ランキング(上位10都道府県)、右は北海道の延べ宿泊者数の推移を示したものです。

延べ宿泊者数(総数) (宿泊施設タイプ別)

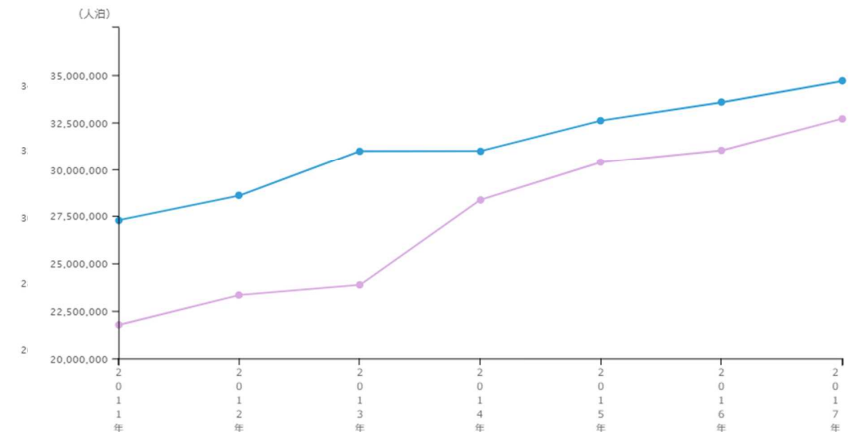
2017年すべての期間
北海道
すべての宿泊施設タイプ



延べ宿泊者数(総数)の推移 (宿泊施設タイプ別)

北海道
すべての宿泊施設タイプ

●北海道 ●大阪府



観光マップ⇒国内⇒宿泊施設⇒延べ宿泊者数⇒他地域と比較する⇒推移を見る

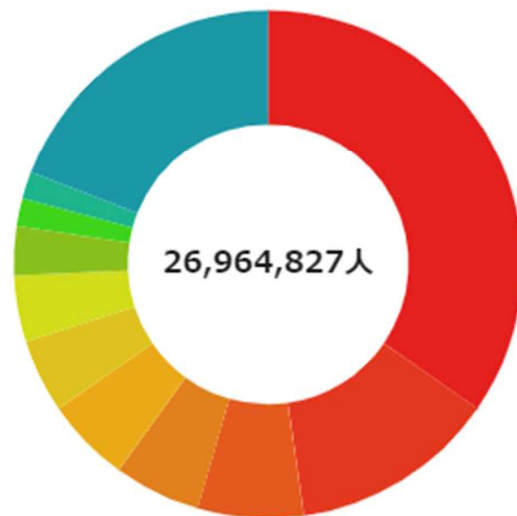
交流人口に関する課題抽出(現状把握)のための分析

北海道に宿泊する人は、どの地域(都道府県)から来訪しているか多いかを示したものです。

居住都道府県別の延べ宿泊者数(日本人)の構成割合

北海道
2018年

観光マップ⇒国内⇒From-to分析(宿泊者)⇒居住都道府県別に見る



- 1位 北海道 9,329,449人 (34.60%)
- 2位 東京都 3,548,212人 (13.16%)
- 3位 神奈川県 1,810,455人 (6.71%)
- 4位 大阪府 1,490,125人 (5.53%)
- 5位 埼玉県 1,457,432人 (5.40%)
- 6位 愛知県 1,256,988人 (4.66%)
- 7位 千葉県 1,134,719人 (4.21%)
- 8位 兵庫県 843,763人 (3.13%)
- 9位 京都府 475,213人 (1.76%)
- 10位 福岡県 459,897人 (1.71%)
- その他 5,158,574人 (19.13%)

【出典】観光予報プラットフォーム推進協議会「観光予報プラットフォーム」

○地域創生の進め方

地域の実情把握 (リーサスなどによる分析)

地域の悩みのヒアリング(シーズの発掘)

ビジネスモデル(新規事業)の選定・構築

キャスティング

地域の巻き込み

数値目標の設定

事業化・実行

2020年・2030年に向けた政府目標

- 一昨年3月に策定された『明日の日本を支える観光ビジョン』に掲げられた政府目標の達成のため、3つの視点・10の改革のもと、観光施策を実施してきているところ。
- このうち、DMOを中心とした観光地域づくりに関する取組については、**2020年までに世界水準のDMOを全国で100組織を形成すること**とされており、他の政府計画においても同様の目標が定められている。

『明日の日本を支える観光ビジョン』(平成28年3月30日明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定)

訪日外国人旅行者数	2020年： 4,000万人	2030年： 6,000万人
訪日外国人旅行消費額	2020年： 8兆円	2030年： 15兆円
地方部での外国人延べ宿泊者数	2020年： 7,000万人泊	2030年： 1億3,000万人泊
外国人リピーター数	2020年： 2,400万人	2030年： 3,600万人
日本人国内旅行消費額	2020年： 21兆円	2030年： 22兆円

【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】

2020年までに世界水準のDMO (Destination Management/Marketing Organization) を全国で100形成します。

『未来投資戦略2018』 (平成30年6月15日閣議決定)

オ) 世界水準のDMOの形成・育成

魅力ある観光地域づくりを推進するため、DMOの運営に多様な主体が関与する仕組みの構築、外国人目線による多言語表記の見直しやプロモーションの改善、JNTOによるコンサルティング業務の強化等の取組を支援し、**平成32年までに世界水準のDMO (先駆的インバウンド型DMO) を100組織形成すること**を目指す。

『まち・ひと・しごと創生総合戦略(2017改訂版)』 (平成29年12月22日閣議決定)

(1)-(イ)-①DMOを核とする観光地域づくり・ブランディングの推進

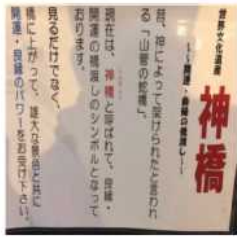
観光が持つ広範な経済波及効果を念頭に、国内外からの観光客の地方への流れを戦略的に創出し、観光による地方創生を実現する必要がある。このためには、DMOを核とする、地域の個性を活かした魅力ある観光地域づくりを推進し、地域独自の「ブランド」を確立する必要がある。日本版DMO登録制度を効果的に運用し、情報支援・人材支援・財政支援を実施していくとともに、「『日本版DMO』形成・確立に係る手引き」の充実など、優良事例の深掘り及び横展開を推進し、全国的な取組水準の引上げを図ることで、**世界水準のDMO (先駆的インバウンド型DMO) の形成・育成を加速させていく。**

【業績評価指数】世界水準のDMO (先駆的インバウンド型DMO) の形成数 100

「観光ビジョン実現プログラム2019」の概要

訪日外国人旅行者数2020年4,000万人、2030年6,000万人などの目標の確実な達成のため、①外国人が楽しめる環境整備、②外国人が喜ぶ観光コンテンツの充実、③日本政府観光局と地域（自治体・観光地域づくり法人※）の適切な役割分担と連携強化等に取り組み、外国人の地方への誘客・消費拡大等に一層力を入れて取り組んでいく。

1.外国人が真の意味で楽しめる仕様に変えるための環境整備



外国人に伝わる多言語解説



Wi-Fiの環境整備

3.日本政府観光局と地域（自治体・観光地域づくり法人※）の適切な役割分担と連携強化



グローバルキャンペーン等の先進的プロモーション

2.地域の新しい観光コンテンツの開発



体験型宿泊コンテンツ(城泊等)



スノーリゾート活性化

4.出入国の円滑化等

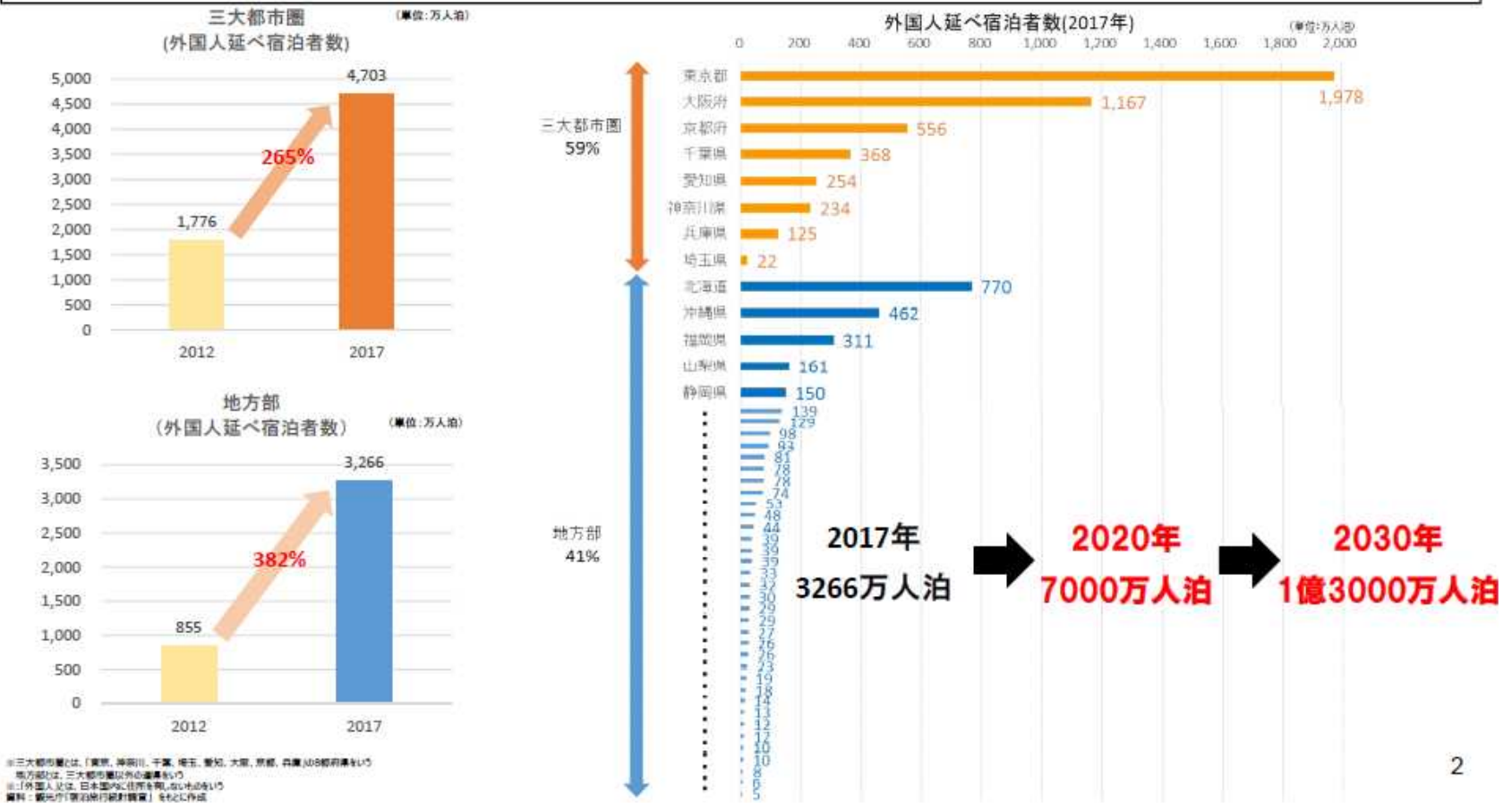


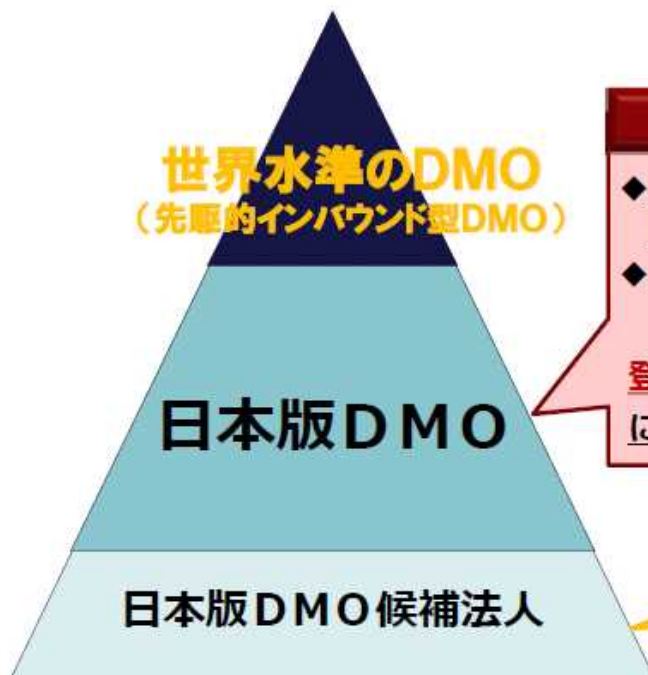
顔認証システムなどによる出入国の迅速化

※DMO (Destination Management/Marketing Organization) の呼称。

地方部におけるインバウンド誘客の現状

2012年以降、外国人延べ宿泊者数が三大都市圏で265%増、地方部で382%増となる等、着実にインバウンドが増加している。他方、**地方部での外国人延べ宿泊者数が現時点では3,266万人に留まっております**、地方部における外国人延べ宿泊者数2020年7,000万人泊、2030年1億3000万人泊の目標達成に向け、**地方誘客に向けた取組をより一層進める必要がある。**





日本版DMOの登録要件

- ◆事業報告書や必要に応じて更新される日本版DMO形成・確立計画等の確認
- ◆必要に応じてヒアリングを実施

登録要件が全て充足されていると認められる法人について、「日本版DMO」として登録

DMO登録要件に基づいて審査・登録
※各項目について「今後該当予定」でも登録可能

例えば、「世界水準のDMO」を「世界から選ばれる観光地となるために必要な持続可能な観光戦略を機能面、組織面で達成しているDMO」とした上で、現行の登録要件に加えて更にどのような視点が必要かという点から検討を行ってはどうか。

このため、次回以降、DMOからのヒアリング等を通じて各地の取組み状況の把握と課題の抽出を行いながら要件を絞り込むとともに、DMO全体のレベルアップを図る上で必要な対応策について検討を行ってはどうか。

広域周遊観光促進のための観光地域支援事業

事業概要

訪日外国人旅行者等の各地域への周遊を促進するため、調査・戦略策定からそれに基づく滞在コンテンツの充実、広域周遊観光促進のための環境整備、情報発信・プロモーションといった、地域の関係者が広域的に連携して観光客の来訪・滞在促進を図る取組に対して総合的な支援を行う。

支援制度

・補助対象事業：

各観光地域づくり法人(DMO)策定の事業計画に位置づけられた訪日外国人旅行者の誘客を目的とする以下の取組（ただし、地方ブロック毎に開催される連絡調整会議における調整を行ったものに限る）

※DMO：Destination Management/Marketing Organization

- ①調査・戦略策定
- ②滞在コンテンツの充実
- ③広域周遊観光促進のための環境整備
- ④情報発信・プロモーション

具体的な支援イメージ

データに基づき、訪日外国人旅行者に対して訴求力のある各種取組を実施するための調査・戦略策定に係る取組に対して支援。



マーケティング調査

調査結果や策定された戦略に基づき、訪日外国人旅行者の滞在の促進に繋がるコンテンツの充実に係る取組に対して支援。



クルーズ船を活用したコンテンツの開発

滞在コンテンツの充実とあわせて、エリア内での周遊を促すための環境整備に係る取組に対して支援。

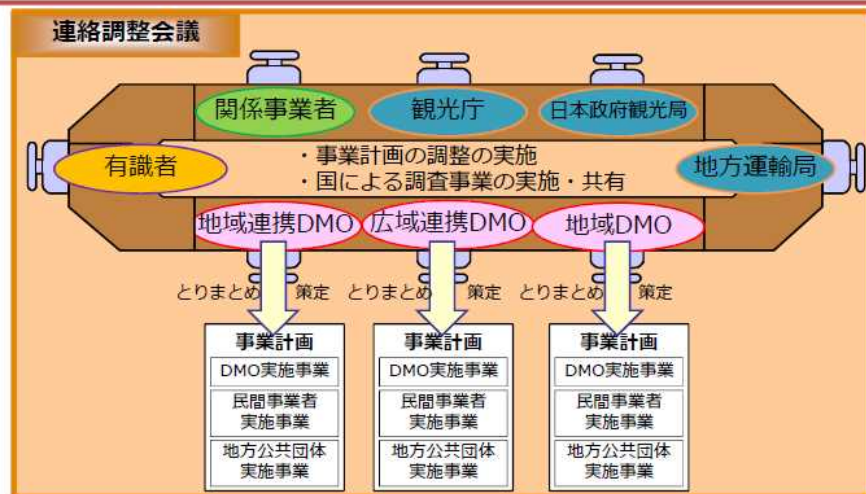


二次交通検索サイトの整備

調査結果や策定された戦略に基づき、エリア内のコンテンツの魅力や周遊を促すための受入環境に関する情報の効果的な発信に係る取組に対して支援。



SNS等による情報発信



・補助対象者：

事業計画に位置づけられた事業の実施主体
（訪日外国人旅行者のニーズに応える取組を行う観光地域づくり法人その他民間事業者、地方公共団体）

・補助率：

定額（調査・戦略策定）
事業費の1/2（滞在コンテンツの充実、広域周遊観光促進のための環境整備、情報発信・プロモーション）

※継続事業については2年目:2/5、3年目:1/3

事業概要

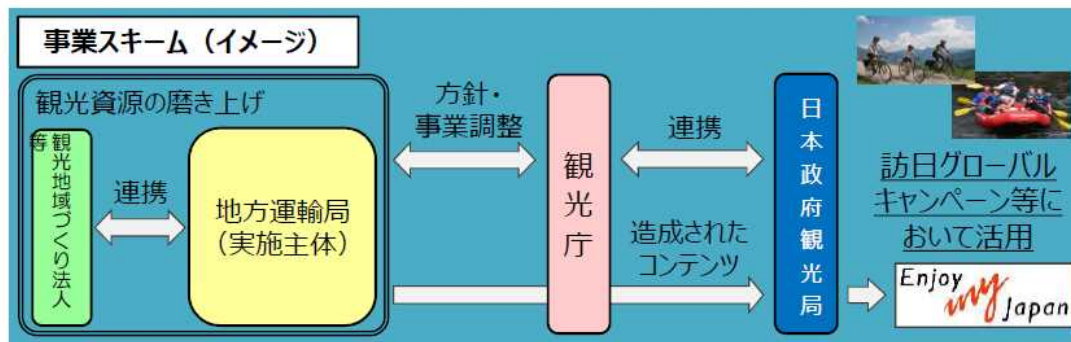
欧米豪市場を中心とした、海外旅行には頻繁に行くが日本を旅行先として認知・意識していない層をターゲットとした、観光庁・日本政府観光局による情報発信「Enjoy my Japan グローバルキャンペーン」に活用できる新たな滞在型コンテンツ等について、地方運輸局と観光地域づくり法人(DMO)等が連携し、特に地方部をはじめ全国各地域に創出する。

事業内容

・ **対象事業**：欧米豪9市場（独・英・仏・米・加・豪・伊・西・露）の訪日無関心層に訴求する滞在型コンテンツ等を造成する以下の取組。

- ① 事業対象の地域資源に関する調査
- ② 地域資源を活用したコンテンツの企画・立案
- ③ モデルツアーの実施

・ **実施主体**：地方運輸局
(観光地域づくり法人等と連携)



滞在型コンテンツ例

「Enjoy my Japan グローバルキャンペーン」における7つのパッション（興味・関心）に対応した滞在型コンテンツを造成する。

Tradition

伝統文化や歴史的遺跡・建築等を楽しむ



江戸時代から続く茅葺き屋根を活かした体験メニュー

City

大都市の刺激、エンターテインメントを楽しむ



工場夜景とクルーズ船を組み合わせたコンテンツ

Art

アートやデザインを楽しむ



富裕層向けのアートツーリズム

Cuisine

食事やお酒を楽しむ



レストランを通じたガストロミーツーリズム

Nature

豊かな自然を楽しむ



たき火を活用した地域住民交流型の夜間体験プログラム

Relaxation

リゾートや宿泊施設での滞在を楽しむ



空き家を改修し、茅葺民家ステイとして地域一体での提供

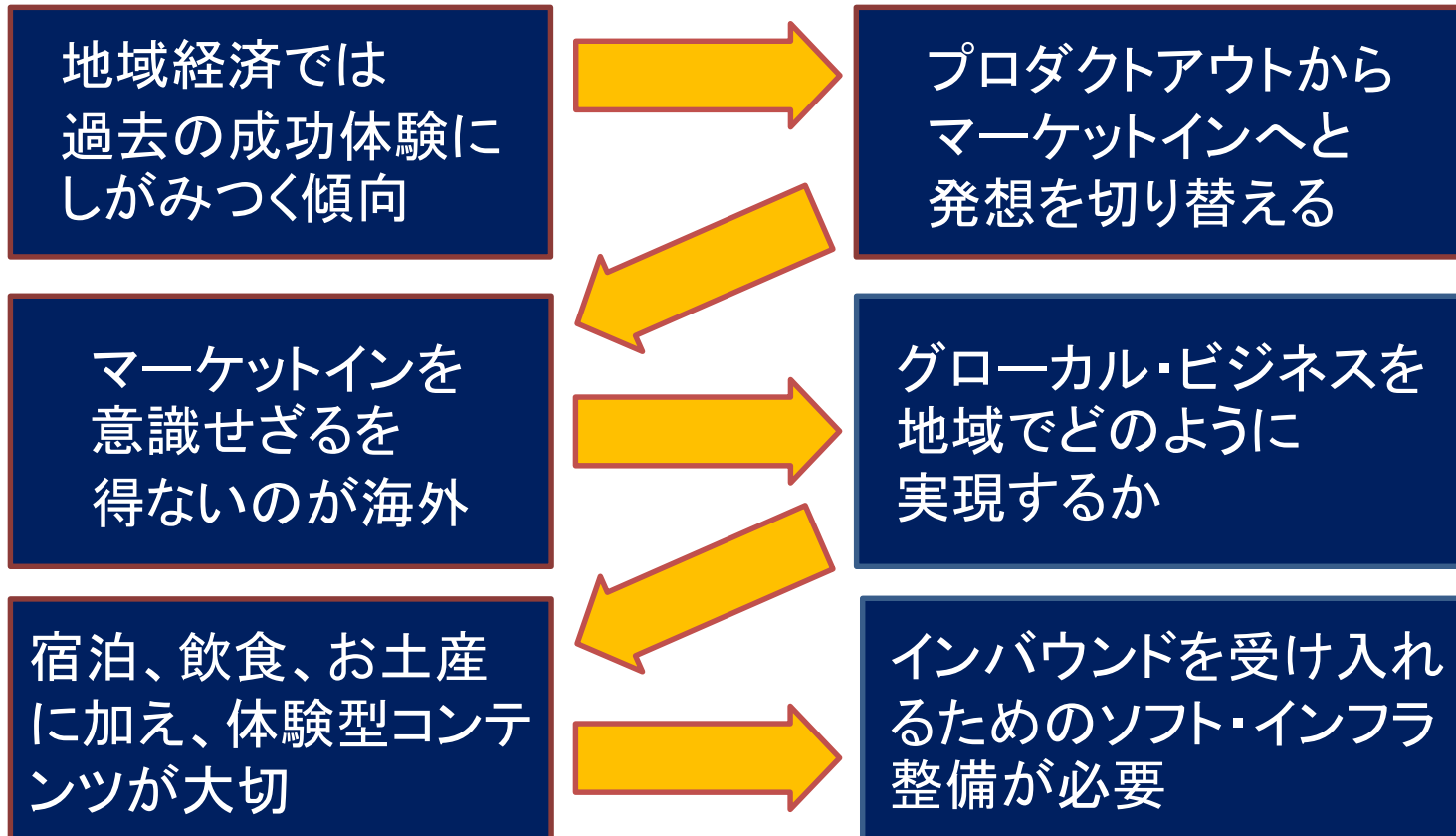
Outdoor

アウトドアアクティビティを楽しむ



夏期、冬期それぞれの季節にあったトレッキングツアー

○視点の転換(課題)



インバウンド（訪日外国人） ターゲット 資料

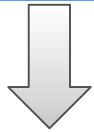
訪日英国旅行者の旅行消費額

国籍・地域別にみる訪日外国人1人当たり費目別旅行支出

2019年4-6月期 (1次速報)		(円/人)							(泊)	
国籍・地域	総額	訪日外国人1人当たり旅行支出							平均泊数*	
		前年比	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等サービス費	買物代	その他		
全国籍・地域	156,670	+7.8%	46,323	33,508	15,647	5,258	55,903	32	8.0	
韓国	69,013	-0.6%	21,098	19,173	6,459	3,518	18,764	0	3.6	
台湾	122,831	+6.4%	31,933	26,695	13,295	3,664	47,241	3	6.4	
香港	154,910	+6.5%	43,875	35,525	15,328	4,164	56,019	0	5.7	
中国	227,221	+4.8%	46,883	36,352	13,894	6,223	123,852	17	7.1	
タイ	137,857	+18.7%	42,106	32,048	15,879	5,555	42,168	102	6.8	
シンガポール	172,188	+6.9%	68,300	38,851	17,523	3,460	43,475	580	7.0	
マレーシア	130,750	+8.9%	43,254	30,258	14,986	6,030	36,222	0	7.3	
インドネシア	136,775	+0.8%	47,864	27,008	20,625	4,791	36,309	178	12.5	
フィリピン	119,764	+2.4%	33,035	33,976	12,158	7,100	33,393	101	23.0	
ベトナム	166,561	-3.8%	37,757	48,069	17,105	3,219	60,331	82	32.4	
インド	169,363	+4.5%	76,445	36,599	26,717	3,757	25,771	75	16.5	
一般客	英国	235,327	+7.9%	115,420	57,984	32,803	9,502	19,619	0	10.5
	ドイツ	200,814	+7.8%	93,003	48,049	30,636	5,346	23,712	67	14.4
	フランス	242,491	+19.6%	107,442	61,529	36,138	7,645	29,738	0	15.9
	イタリア	207,886	-1.4%	91,022	57,901	31,891	9,115	17,957	0	12.4
	スペイン	210,553	-13.5%	90,508	51,809	32,684	6,236	29,230	86	10.2
	ロシア	163,391	-14.5%	65,912	36,314	16,977	7,242	36,946	0	15.6
	米国	189,438	-1.0%	84,649	47,518	25,439	8,550	23,187	96	10.4
	カナダ	186,127	-2.5%	84,093	45,640	30,110	6,455	19,770	59	13.0
	オーストラリア	231,674	-12.7%	94,193	56,125	38,423	11,655	31,279	0	11.5
	その他	197,315	+1.3%	80,773	49,473	32,155	5,456	29,457	0	15.3

英国一人当たりの旅行支出額はフランスに次いで2位

- 宿泊費1位
- 飲食費2位
- 交通費3位
- 娯楽費2位
- 買い物代19位



英国の旅行者は、「ゆったりした日程で、飲食や娯楽を楽しんでいる。買い物が主体ではない」

英国旅行者数増加を考えると訪日外国人旅行消費額の大幅増加に多大な貢献をしている。

出展：観光庁-【訪日外国人消費動向調査】2018年10-12月期の全国調査結果(1次速報)の概要

英国人観光客の特徴

- 1)中高齢高所得者層が多い。
- 2)長期滞在型（2週間前後）の旅行形態が多い
- 3)ツアーではない、個人旅行や家族旅行が多い。
- 4)インターネット情報により、来日以前から高い知識を持ち得ており、本物志向の観光を好む。
- 5)日本の伝統的文化・慣習・歴史などに関心が高く、旅行目的が「**日本文化を体験する**」こと。この「日本文化」とは、歌舞伎のような特別なものだけでなく、**生活様式、街並み、店先の品物、飲食など広い意味での日本社会のありよう**を意味する。

出展：東洋経済オンライン、訪日ラボ(抜粋)

ペルソナ：自由な旅程で長期滞在型の「文化を体験するため」の日本旅行のため、入念に情報を調べ上げる英国の中高齢高所得者層

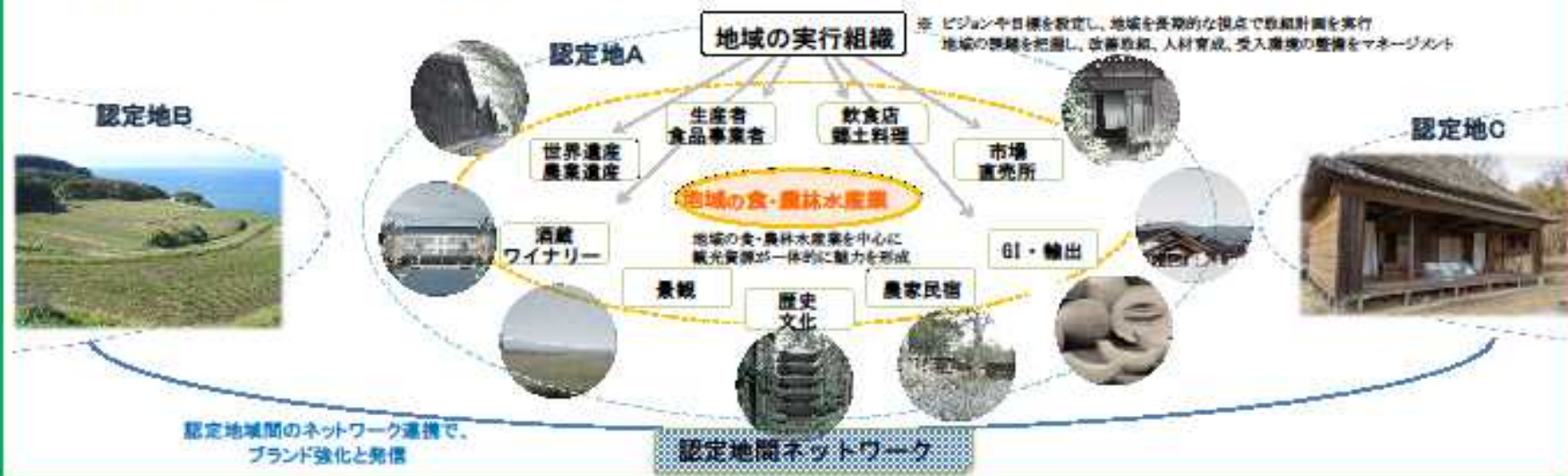
ストーリーに比重を置き、テーマに合わせて自治体の領域を超えて複数の場所を移動できる日本遺産は、英国を含む、ヨーロッパからのインバウンドに最も適している。

食文化資源を活用した地域の魅力の海外発信

- 多様な地域の食やそれを支える農林水産業、伝統文化の魅力を効果的に海外発信し、訪日外国人旅行者を誘客する重点地域を認定する仕組みを平成28年度に創設し、関連施策で後押し。

イメージ

○地域の実行組織が当該地域の将来ビジョンと目標を設定し、地域の食とそれに不可欠な農林水産業や特徴のある気候、風土、景観、歴史などの観光資源を活用して、訪日外国人旅行者をもてなす取組を農林水産大臣が認定。



実行組織

※日本版DMOや中核となる民間組織を有する協議会等

飲食店、宿泊施設、農協、漁協、観光協会、旅行業者、旅客業者、商会議所、商工会、大学、研究機関、博物館、料理学校、外食産業、食品産業、土産店、料理人、アドバイザー等

← 各種支援

⇄ 連携

国 農林水産省

内閣官房、総務省、文化庁、経産省、観光庁、JNTO

⇄ 連携

民間（推進母体）

- ・地域取組の品質改善企画
- ・ブランド発信企画
- ・全国ネットワーク構築

国の情報発信

- ・ Savor Japanのブランドで海外情報発信



- ・ ビジットジャパン、クールジャパン
- ・ 在外公館等での広報・文化事業

日本遺産(Japan Heritage)について

日本遺産とは

地域の歴史的魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産 (Japan Heritage) 」に認定。ストーリーを語る上で不可欠な魅力ある有形・無形の文化財群を地域が主体となって総合的に整備・活用し、国内外に戦略的に発信することにより、地域の活性化・観光振興を図ることを目的に、2020年までに100件程度の認定を目指す。ストーリーは、単一の市町村内で完結する「地域型」と複数の市町村にまたがって展開する「シリアル型」の2タイプに分類して認定。

(参考)「日本再興戦略」改訂2015 (平成27年6月30日閣議決定)

- ・ 地域の歴史的魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統をストーリーとして現す「日本遺産 (Japan Heritage) 」の認定を、2020年度までに100件程度行う。さらに、ストーリーを語る上で不可欠な、魅力ある有形・無形の文化財群を、地域が主体となって総合的に整備・活用し、国内外に戦略的に発信する。

地域に点在する文化財をストーリーとしてパッケージ化



パッケージ化した文化財群を一体的にPRし、地域のブランド化・地域のアイデンティティの再確認を促進

日本遺産の要件

【申請者等】

申請者は地方公共団体で、年1回、都道府県を通じて公募

【認定の可否】

外部有識者で構成される「日本遺産審査委員会」の審査結果を踏まえ、文化庁が認定

年度	H27	H28	H29	H30
認定数	18件(24府県) <18件認定>	37件(33府県) <19件認定>	54件(40府県) <17件認定>	67件(43府県) <13件認定>

※ストーリーの審査基準

1. ストーリーの内容が、当該地域の際立った歴史的特徴・特色を示すものであるとともに我が国の魅力を十分に伝えるものとなっていること。
2. 日本遺産という資源を活かした地域づくりについての将来像(ビジョン)と、実現に向けた具体的な方策が適切に示されていること。
3. ストーリーの国内外への戦略的・効果的な発信など、日本遺産を通じた地域活性化の推進が可能となる体制が整備されていること。

認定地域への支援

2019年要望額 1,461百万円(1,336百万円)

日本遺産魅力発信推進事業

認定地域が主体となって日本遺産を活用した地域活性化の取組を行うことができるよう、以下の事業に対して、認定後3年間を目途として財政支援

- ① 情報発信、人材育成事業
- ② 普及啓発事業
- ③ 調査研究
- ④ 公開活用のための整備

日本遺産プロモーション事業

○アドバイザー派遣事業

認定地域が抱える個別の課題やコースに対して、専門家を派遣し指導・助言

○国内外への「日本遺産」の周知

民間企業と連携したイベントの開催、「日本遺産ポータルサイト」での情報発信

○ポスト2020に向けた取組(新規要求)

2020年イベント開催や官民プラットフォーム形成による民間企業との連携を図り自立化を促進



日本遺産ポータルサイト



ツーリズムEXPOジャパンへの出展

認定地域の評価

各認定地域において地域活性化の方策が図られている一方、各認定地域の取組に温度差

P D C A サイクルによる事業の促進を行うべく、平成29年度に外部有識者からなる「日本遺産フォローアップ委員会」を立ち上げ、各認定地域の取組の評価を実施しその結果を通知

各認定地域において、評価結果を踏まえた事業の見直し等による地域活性化を促進

Living History (生きた歴史体感プログラム)

概要

文化財に新たな付加価値を付与し、より魅力的なものとするための取組(Living History)を支援することなどにより、文化財の活用による地域活性化の好循環を創出する。また、訪日外国人観光客が多く見込まれる日本遺産や世界文化遺産などにおいて、地域全体で魅力向上につながる一体的な整備や公開活用のためのコンテンツの作成等を行うことで、観光拠点としての更なる磨き上げを図る。

取組の方向性

- ① 文化財建造物や史跡等の文化財に新たな付加価値を付与し、より魅力的なものとするための取組「Living History (生きた歴史体感プログラム)」を促進するとともに、特別料金の徴収等の仕組みを構築



(千姫の生活体験)



(梅花の宴再現)



(絵図に基づいた大名行列)

- ② LH実施地域や日本遺産等の外国人観光客が見込まれる地域で、魅力向上につながる一体的な整備や公開活用のためのコンテンツの作成等を行うことで、観光拠点としての磨き上げを実施



観光拠点の磨き上げ

(スロープ設置等のバリアフリー整備)



(伝統的な家屋の宿泊施設への転用)



文化財の美装化

(彩色の剥離・剥落した部分の補筆や、漆塗部分の漆がけ)

文化財多言語解説整備

概要

訪日外国人旅行者の地域での体験滞在の満足度を向上させるため、文化財に対して多言語で先進的・高次元な言語解説を整備する事業を、観光施策と連携させつつ実施。

イメージ

文化財中核観光拠点200か所を中心として、先進的・費用対効果の高い多言語解説を整備。



(AR技術を使用した多言語解説)



(音声ガイドの多言語解説)



(HPの多言語解説)

文化財活用・理解促進戦略プログラム2020 (抄)
(平成28年4月 文化庁策定)

2020年までの目標

- 文化財単体ではなく地域の文化財を一体とした面的整備や分かりやすい多言語解説の整備などの取組を1000事業程度実施するとともに、日本遺産をはじめ、文化財を中核とする観光拠点を全国200拠点程度整備

今後の方向性

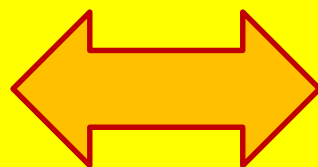
- 修理中の文化財と本事業を連携、候補地域とする。
- 世界文化遺産18地域を含め、インバウンドが多い文化財を候補地域とする。

整備を加速化



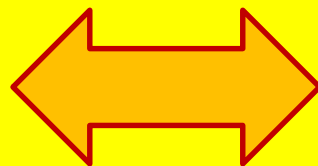
○日本遺産の活性化に向けて

地方創生推進交付金など国の支援を活用



全国各地に設置されたDMOと連携する

地方でも増えてきた訪日外国人をターゲットに



地域名ではなくテーマとストーリーを訴求

千載一遇のチャンス
を活かすことが大切