

# みらいふ。 ビジネスレポート

3月号

March  
2018年



株式会社みらいふ  
ファイナンシャルプランナー 梅田 道明  
〒615-0885  
京都市右京区西京極午塚町30  
Tel : 075-863-0808 Fax : 075-863-0809  
E-mail : news@k-milife.co.jp  
URL : http://www.k-milife.co.jp

インバウンドマーケットの拡大が続いています。ただ外国人観光客が集中するのは東京-京都-大阪といういわゆるゴールデンルートで、一時ほどではないものの関西方面のホテルはいまもなかなか予約が取れない状況が続いています。国は2030年に6000万人の訪日観光客をめざしています。そこでポイントとなってくるのがゴールデンルート以外の観光ルートの開発。いま各地方自治体や観光団体、地域の企業などが新たな観光資源開発や、観光ルートの開拓を進めています。

ただ地域の観光資源を見出し、それを観光商品化するのには、発想力や独創性が求められるだけでなく、さらにそれを具体化するためのノウハウが求められます。

そこで期待されるのが、DMO=Destination Management Organizationです。DMOは、観光物件や自然、食、芸術・芸能、風俗などの観光資源に精通し、地域と協同で観光商品をつくっていく法人。

従来観光誘致は、市町村の観光課や観光協会などが行っており、それなりに効果が出ているところがありますが、公的な性格を持つためか横並び意識が強く、思い切ったことができなかったり、あるいは観光協会のド的な人物が、自分の旅館や商店などに利益誘導するように仕向けたりなど、なかなか踏み込んだ商品開発やサービス、新規ルート開発がしにくい環境もありました。有名な観光地でも大手の旅行代理店などに丸投げ状態で、自ら新しい観光資源の開発に積極的に取り組まずにいた結果、いつのまにか

インバウンド市場拡大で地方企業にチャンス到来！  
注目を集めるDMO(Destination Management Organization)

とほっ。

ギリ貧になった地域もあります。もともとDMOはヨーロッパなどで発達した組織ですが、観光庁は、とくに日本版DMOとしてこれを整備、企業やNPOなどの参画を促しています。DMOは単に観光資源開発のみならず、地方創生の切り札としての期待もあります。

観光庁の規定では「地域の『稼ぐ力』を引き出すとともに、地域の誇りと愛着を醸成する『観光地経営』の視点に立った観光地域の舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人」とあります。

「稼ぐ力」を地域につけるためには、地域に根付いてきた企業の力が必要であり、DMOに関わることで、新たな事業の期待も高まります。

注目を集めるDMOの仕事について、事例をもとに解説します。

## プラスα 豆知識

- ① アジア人より欧米人、とりわけドイツ人インバウンドに伸びしろアリ
- ② 外国人は日本の文化より、自然に関心がある
- ③ 日本のインバウンドの潜在需要は4億1,100万人  
今回の記事でお伝えしきれなかった豆知識。ぜひ小冊子(A4判7枚)にてご確認ください。

さらに詳しい内容を無料情報誌(A4版7P)としてメールにてお届けします

下記申込みフォームにてご記入しFAXにてご送信いただくか、下記アドレスよりビジネスレポート申込みと記入の上ご送信ください。

e-mail : news@k-milife.co.jp

FAX : 075-863-0809

会社名 :	部署 :	お名前 :
住所 :		Tel :
E-mail :		Fax :

いますぐ  
ご返信下さい

\* ご登録いただいた個人情報は、弊社サービスの提供・案内及び今後役に立てるため使用しその目的以外に使用することはありません。