

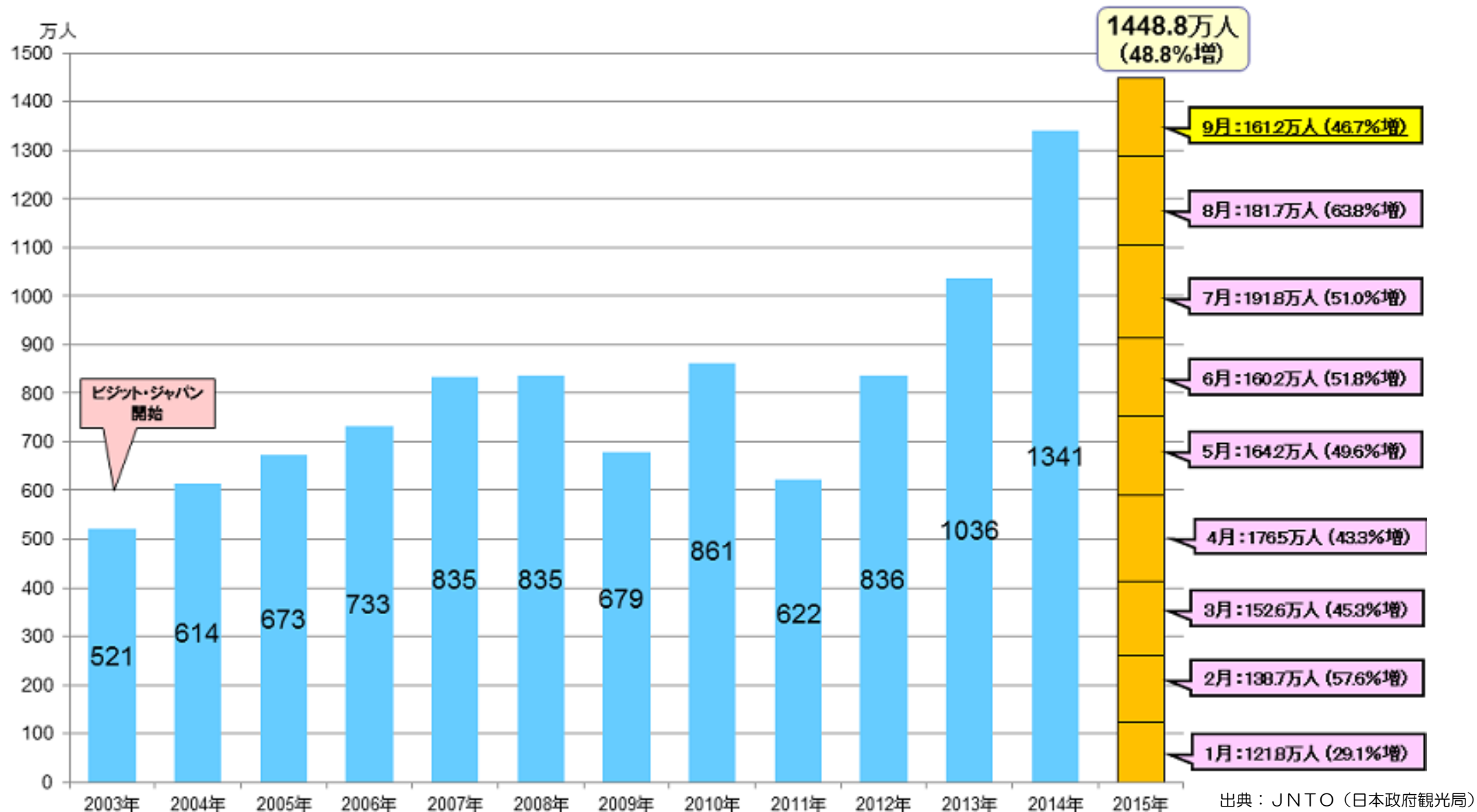
地方創生関連事業

4. 観光地域づくり（日本版DMO） (Destination Marketing/Management Organization)

- ①広域観光周遊ルート形成促進事業 【国土交通省】
- ②観光地域ブランド確立支援事業 【国土交通省】
- ③地域資源を活用した観光地魅力創造事業 【国土交通省】

事務局説明資料

訪日外国人旅行者数の推移



- 増大する訪日観光客の地域への取り込み、観光地域ブランドの確立などによる観光地域づくりにおいて留意すべき点は何か。

観光地域づくり

超広域 エリア

①「広域観光周遊ルート形成促進事業」
・複数の都道府県を跨る、テーマ性・ストーリー性を持った「広域観光周遊ルート」形成を促進する

広域 エリア

②「観光地域ブランド確立支援事業」
・歴史・伝統・文化等を活かした地域独自の「ブランド」の確立を通じ、日本の顔となる観光地域を創出する

狭域 エリア

③「地域資源を活用した観光地魅力創造事業」
・地域の観光資源を活かした地域づくり施策と、観光振興のための施策を一体で実施し、際立った魅力を持つ観光地域を創出する

新型交付金

地方創生の深化に向けた地方公共団体の自主的・主体的な取組を支援。

【想定される支援対象】

- ①先駆性のある取組
 - ・官民協働や地域間連携、地方創生の事業推進主体の形成
- ②既存事業の隘路を発見し、打開する取組（政策間連携）
- ③先駆的・優良事例の横展開
 - ・地方創生の深化のすそ野を広げる取組

DMOを核とした観光振興

・広域観光戦略の実現に向け、多様な関係者の協働及び地域間連携を引き出し、日本版DMOを確立する。

- ・地域独自のブランドの確立等により、地域への来訪需要の喚起等の効果が上がっているか。
- ・新型交付金との役割分担を明確化すべきではないか。

- 増大する訪日観光客の地域への取り込み、観光地域ブランドの確立などによる観光地域づくりにおいて留意すべき点は何か。
- 地域独自のブランドの確立等により、地域への来訪需要の喚起等の効果が上がっているのかどうかしっかりと検証すべきではないか。
- 先駆性のある取組や既存事業の隘路を発見し打開する取組等を支援する新型交付金との役割分担を明確化すべきではないか。