

大社 充氏 提出資料

(NPO法人グローバルキャンパス理事長)

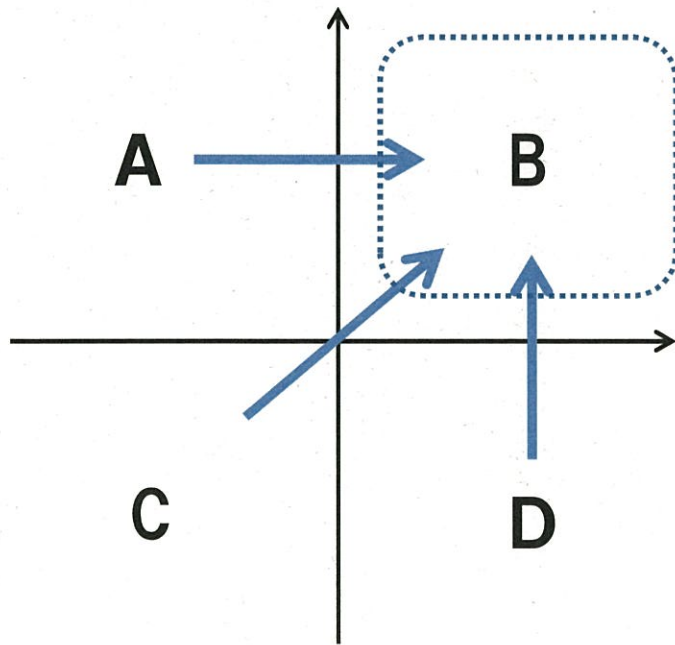
平成26年9月19日(金)

まち・ひと・しごと創生会議

「観光」と「まちづくり」をともに進める観光まちづくり

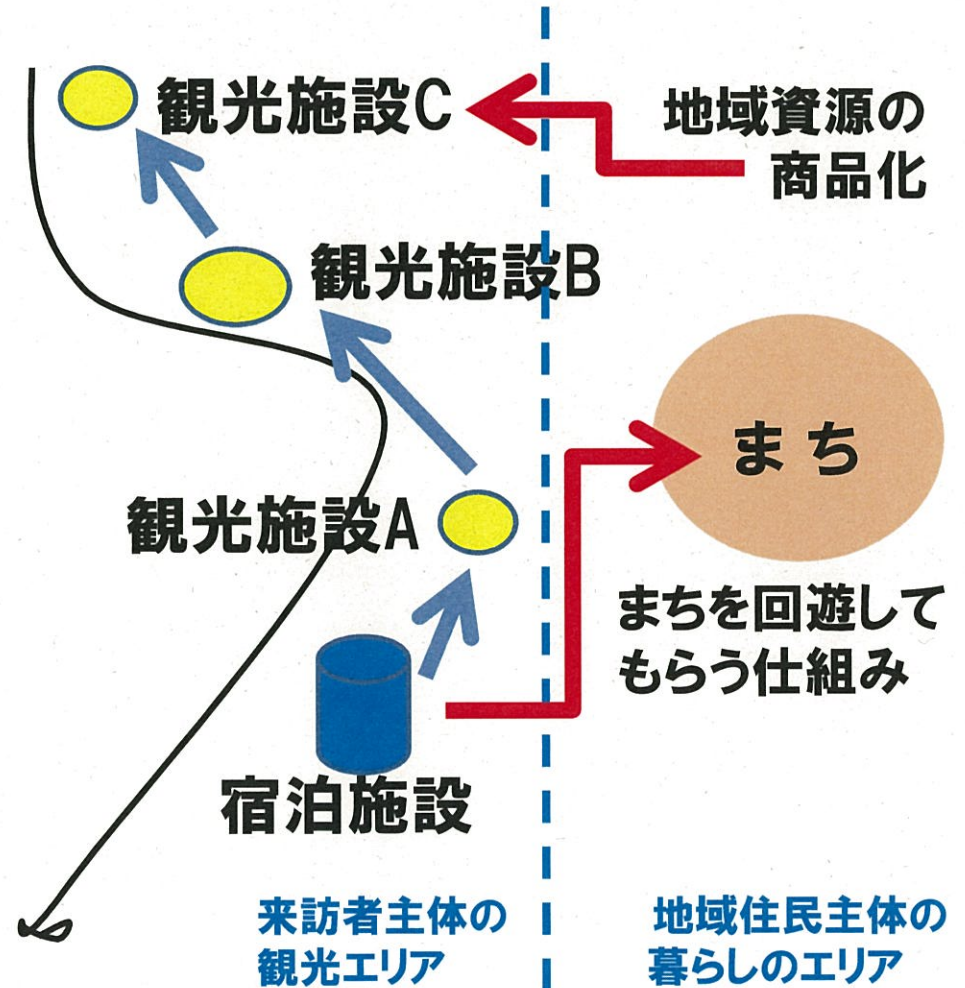
住んでよし・訪れてよし
「観光まちづくり」

観光(交流人口の拡大)



まちづくり(暮らしの質の向上)

「分断」から「統合」へ



基本的な考え方

「まちをひとつの集客装置」と見立てた場合・・・

株式会社オリエンタルランド



まちにおいて、TDL同様の
マネジメントは可能か？

観光地(まち)

TDLは、

職務権限や業務分掌が明確であり、主たる経営資源が契約関係にもとづき、組織的な取り組みが可能である。

ところが地域は、、、

異なる利害を有する複数の主体(人や組織)の合意形成が求められ、主たる経営資源と各主体の関係性が不明確なため、組織的な取り組みが必ずしも容易でない。

観光先進諸国に目を向けると、

DMO(Destination Marketing/Management Organization)とよばれる組織が存在し、専門性の高い人材が活躍し、観光地域振興の核として機能している。(海外の知見収集)

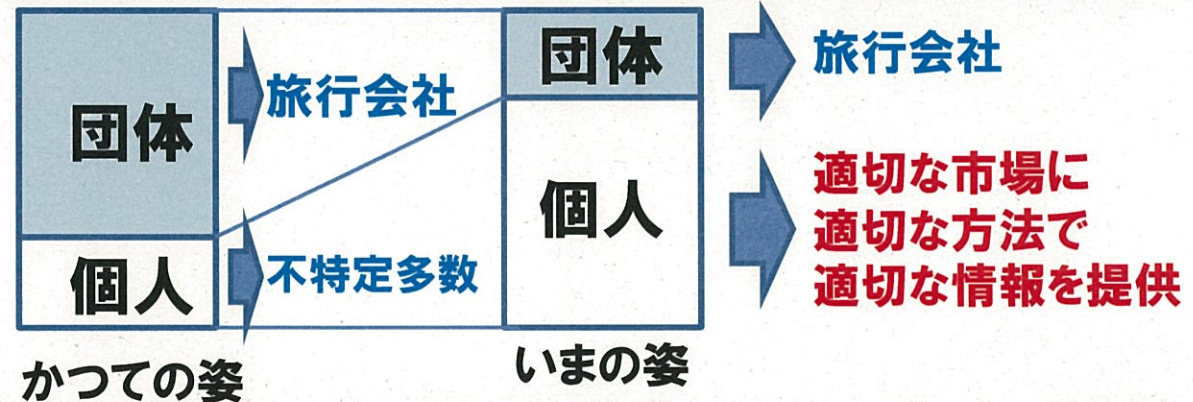
『見える化』からはじめる観光による地域振興策

短期1. 観光は地域にどんな経済的メリットを与えているのか
観光が地域経済に及ぼす影響の「見える化」
例：域内消費額 / 経済波及効果 / 雇用 / 税金 / その他

短期2. KKOからデータに基づく科学的アプローチへ
顧客の「見える化」とともに観光地マーケティングを導入

● 変化したマーケットに
対応策も変化させる

● 地域自身が来訪者を
集める機能(Destination
Marketing)を導入する

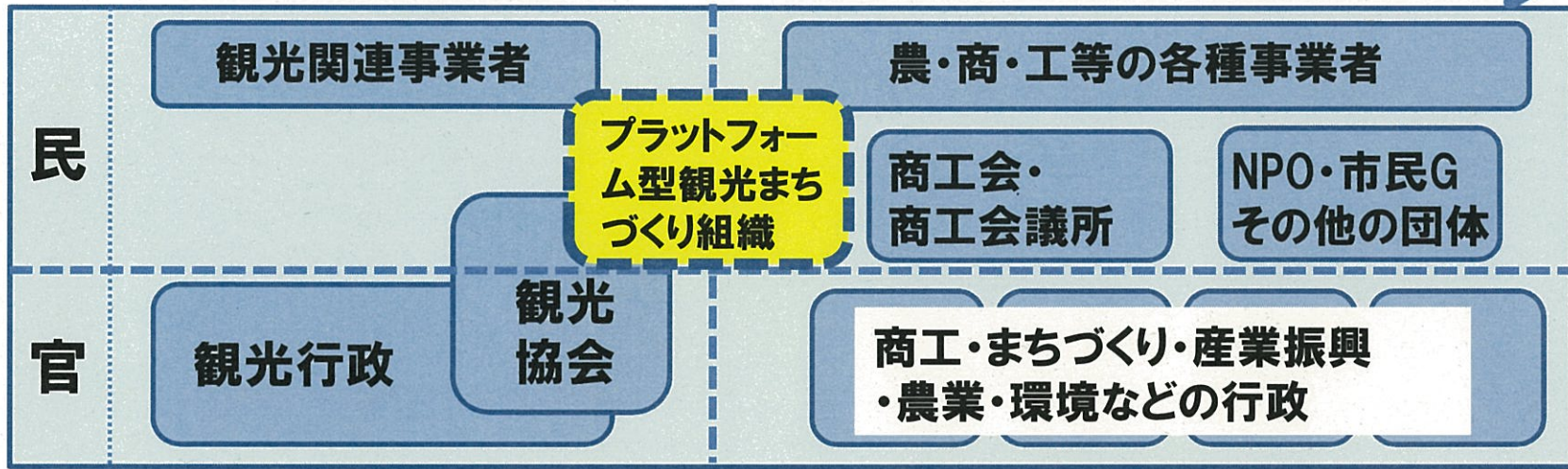


中長期. マネジメントが機能する顧客志向の推進体制の構築
機能分析による「見える化」で推進体制の最適化
DMOを参考に専門人材育成(発掘)と体制の機能強化

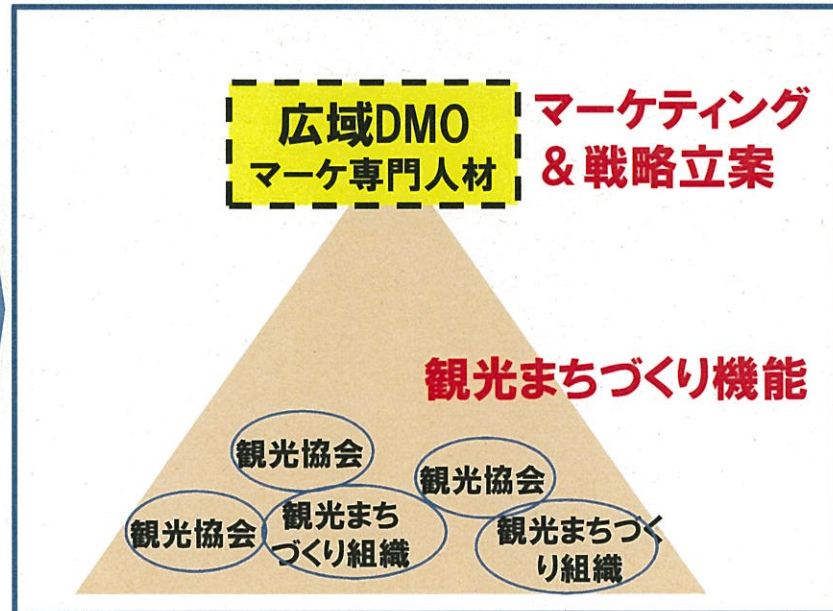
従来の観光振興の担い手

観光まちづくりに新たに参画する担い手

市町村観光振興



広域観光振興



行政機構準拠型

マーケット志向型

