総合

観光庁

DMO登録要件を改定

10月施行 戦略策定を義務化

KPIに観光事業者の平均給与額

区分再編で「都道府県DMO」新設

観光庁は、観光地域づくり法人（DMO）について、「登録制度に関するガイドライン」を改定した。DMOの使命、役割を改めて定義したほか、登録要件には、中長期4～5年間の「観光地経営戦略」の策定を義務付けた。KPI（重要業績評価指標）には観光事業者の平均給与額、持続可能な観光に対する地域住民の満足度の設定を求める。区分も見直し、「都道府県DMO」を新設した。新規登録の要件は2025年10月1日に施行する。更新登録の要件は27年4月1日に施行。

登録要件の改定などを議論した「観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議」（写真は2024年1月の初会合）

インバウンドの地方誘客やオーバーツーリズム対策など新たな課題に対応するため、24年1月に設置された「観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議」（座長・矢ケ崎紀子東京女子大学教授）での検討を経て登録制度を見直し、ガイドラインを改正した。

◆使命と役割

DMOの使命は、「持続可能な観光地域づくりを実現すること」と明確化。基礎的な役割には次の①～⑤を位置づけた。

①各種データの継続的な収集・分析、明確なコンセプトに基づいた観光地経営戦略の策定、KPIの設定、PDCAサイクルの確立

②地域の魅力向上に資する観光資源の磨き上げや2次交通を含む交通アクセスの整備、多言語表記等の受け入れ環境整備など、着地整備に関する取り組みの推進

③関係者が実施する観光関連事業と観光地経営戦略との整合性を図る調整や仕組みづくり、プロモーション

④DMOを中心とした多様な関係者との体制構築や合意形成

⑤組織の確立と財源の確保

◆経営戦略とKPI

観光庁登録制度への登録要件となる観光地経営戦略は、観光地のビジョン▽データの活用方針▽観光地域マーケティング戦略▽受け入れ環境整備の方針▽顧客管理の方針▽観光による受益を広く地域に行き渡らせる方針―など12の要素で構成される中長期計画とする。

「観光による受益を広く地域に行き渡らせる方針」については、域内経済循環をできる限り多くの事業者や業種へ波及させる方針や、観光による効果を地域住民へ波及させる方針を定めることが必要としている。

効果検証では、重要目標達成指標（KGI）に旅行消費額、KPIに延べ宿泊者数▽来訪者満足度▽持続可能な観光に対する住民満足度▽観光事業者の平均給与額▽月別来訪者数の平準化率―などの設定を求めている。

◆組織と運営資金

データ分析によるマーケティングの責任者としてCMO（チーフマーケティングオフィサー）、収支管理や安定的な運営資金の確保に関する責任者としてCFO（チーフファイナンシャルオフィサー）の配置を求める。CMOの専従要件は廃止する。また、DMOの役割、業務遂行の必要性から、3人以上の常勤を登録要件とした。

安定的な運営資金の確保に向けては、確実性の高い財源の調達法を検討し、財源計画を策定するよう求める。安定的な運営資金には、観光庁の補助金や交付が確定しない単年度の補助金などは含まれないとし、「地方自治体の補助金等に完全に依存することは望ましくない。DMOは、運営資金の財源について、自主財源をはじめとした安定的かつ多様な財源の確保を目指し、安定財源確保率の数値目標を設定することが必要」とした。

◆更新登録

登録の更新は3年ごとで、登録または更新登録を受けてから、2年を経過した年度の第1四半期に更新登録の申請を受け付ける。KGI、KPIなどの指標についてデータの収集、分析を行い、その結果を報告。目標の達成状況を踏まえて計画の見直しを行う。

更新登録では、基礎的な研修受講を要件とし、報告を求めることにした。研修は、経営層（理事長、理事、CEO）は毎年1人以上、CMO、CFO、中核人材、実務人材は更新登録の申請までに最低3人以上の受講を必須とした。

◆登録区分

登録の区分は、地域ブロックレベルの「広域連携DMO」は現行通りだが、「地域連携DMO」を廃止し、単一都道府県の全域を対象とした「都道府県DMO」と、単一市町村または複数市町村にまたがる区域を対象とする「地域DMO」に再編する。【向野悟】

ホテル・旅館のお悩みなら、
なんでもお任せください！
業績改善　販売代行　経費削減
事業計画作成　後継者問題
本紙にて弊社代表が「逆境をチャンスに」連載中！
ダウンロード無料
事業計画
業績アップ
特別資料
株式会社アルファコンサルティング https://alfa-consulting.co.jp

私の視点 469

観光羅針盤

吉田　博詞

国際観光旅客税の進化

国際観光旅客税、いわゆる出国税が2019年1月から導入されて6年が経過している。日本から出発する航空機のみならずクルーズ船においてもチケット料金に上乗せして徴収されている。訪日外国人だけでなく、日本人の出国者も対象で、現在観光庁における施策の財源にもなっている。

2024年の訪日外国人数は3687万人、出国日本人数は1301万人であり、合計4988万人となる。1人当たり千円を徴収しているので、約490億円という金額になるのも納得できる。2019年度443億円、2020年度10億円、2021年度18億円、2022年度126億円、2023年度399億円と推移しており、2024年度は420億円程度の見込みで、2025年度も480億円程度が予測されていて、一つの大きな財源だ。

この出国税の金額アップや使途の議論が、与党の部会で始まったと報道されている。海外でみると、オーストラリアで70オーストラリアドル（約6500円）、エジプトでは25USドル（約3700円）といった具合で徴収されているのは一般的である。すでに日本でも徴収されている旅客サービス施設使用料・旅客保安サービス料と合わせて徴収されるのは、世界的に一般的だと捉えても問題ないだろう。

ちなみに旅客サービス施設使用料は、各空港における国際線主要ターミナル出発で、成田2460円、羽田2950円、中部2620円、関空3310円、福岡2530円であり、それと併せて旅客保安サービス料がそれぞれ数百円加算されている。

これまで千円の徴収だった出国税分に関して、他国を参考にしながら3千～5千円への引き上げを検討しているという。単純計算で現状の3～5倍になるということは1500～2500億円の財源獲得を見込んでいる計算となる。2025年度で530億円の観光庁の予算がこの3～5倍規模になると、実施できる施策も大幅に増えることが期待できる。

これまでの当税の目的は、観光先進国の実現に向けた観光基盤の拡充・強化を図るための財源確保で、訪日誘客のプロモーションや受け入れ環境整備が中心だった。それに対し、昨今の訪日客急増やオーバーツーリズム対策も含めた部分に使途を拡大し、整備を加速していく方針のようである。

方向性としては大いに賛成である。ただ1点留意してもらいたいのは、出国日本人数をみると、コロナ前の2019年は2008万人であったのに対し、2024年は1301万人と、まだ6割強にしか回復していないことだ。物価高騰・円高傾向から海外旅行へのハードルが高まっており、それが足かせにならないような調整も期待したい。

観光がこれまでフリーライダーを許容する構造であったところから、受益者負担に転化していくのは非常によい流れだと考えている。ただし、国内の需要を排除・制限しない最大限の努力も同時に行われる構造であることを願いたい。今後も各地で宿泊税や入域税等が拡大されていくことが予想される中で、しっかりとした調整のもと制度設計がなされていくことを願っている。

（地域ブランディング研究所代表取締役）

「温泉文化」のユネスコ遺産登録

石破首相「強力に進める」

石破茂首相は、「温泉文化」のユネスコ無形文化遺産への登録に関して、3月21日の参院予算委員会における清水真人参院議員（自民党、群馬県選出）の質問に対し、「ユネスコ無形文化遺産に登録するというのは極めて意義深い。強力に進めてまいりたい」と答えた。

石破首相は「『温泉文化』のユネスコ無形文化遺産登録を応援する知事の会」の活動に触れた上で、「政府としても取り組んでまいりたい。温泉文化の定義からよく精査をして、これが世界に通じるようにしていきたい。温泉文化とは何であるかと、そしてそれが日本の誇るものとして文化遺産に登録するということと、強力に進めてまいりたい」と述べた。

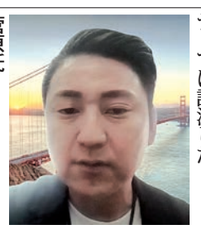
首相の発言などを受けて、知事の会事務局長を務める山本一太群馬県知事は3月26日、浅尾慶一郎環境相を訪ね、要望書を提出した。「温泉文化」の登録は温泉・旅館関係者の〝悲願〟であるとして、2028年の登録を目指し、環境省、文化庁、観光庁による「検討チーム」を設置してユネスコへの提案を準備するよう求めた。

観光経済新聞チャンネル

外国人材

採用に中長期視点を

全旅連青年部　菅原氏がアドバイス



菅原氏

観光経済新聞社は3月21日、観光業界の識者を招いてのオンラインセミナー「観光経済新聞チャンネル」の第32回配信を行った。全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会（全旅連）青年部労務人材担当副部長の菅原真太郎氏が、「外国人材と共に創る宿泊業の未来」をテーマに講演した。

菅原氏が取締役を務めるホテルプラザオーサカ（大阪市）では、従業員約140人のうち35人が外国人で、語学力を生かした接客やSNS運用などで活躍している。外国人雇用の成功事例として、館内にある鉄板焼きレストランで働くインドネシア出身スタッフの活躍により口コミ評価が向上し、インバウンド売り上げが前年比1・6倍、年間約3千人の新規顧客を獲得したことを明かした。

外国人材の採用については、「中長期的な視点が不可欠」と述べ、在留資格やスキル、配属先などを複合的に考えた計画的な人材確保の重要性を強調。特に「特定技能」は、「1号から2号へのステップアップ支援により、中長期的な人材育成が可能」とメリットを挙げた。

制度面では、特定技能の最新動向を紹介。今年3月の制度改正で、風営法の許可を受けた宿泊施設でも飲食提供業務が可能になり、この4月からは、四半期に一度の届出業務が年1回に、定期面談もオンライン対応が可能になるなど、手続きの簡素化が進む。「支援業務の内省化でコスト削減と採用促進が期待できる」と説明した。

第34回セミナーは4月17日午後1時から、narrative代表取締役の大久保泰佑氏を招き、「文化財と地域資源を活用した持続可能な観光まちづくり」をテーマに講演を行う。視聴は無料で、事前申し込み制。開催前日の午後5時まで、専用フォーム＝QRコード＝から受け付ける。

逆境をチャンスに

―旅館の再生プラン

〈748〉

青木　康弘

生成AIを活用した販売促進の進め方(1)

旅館・ホテルの売り上げを伸ばすうえで、販売促進は非常に重要な要素である。中でも近年注目されているのが生成AIの活用である。これまで旅行会社や運用代行会社に販売促進をお任せきりにしていた施設にとって、生成AIは、自社で販促を行うための新たな切り札となり得る。本コラムでは、マーケティングの専門知識がなくても実践できる、生成AIを活用した販売促進の進め方を紹介したい。

最初のステップは、年間の販促カレンダーの作成である。祝日や地域イベントなどを週単位で整理し、自館の宿泊実績と照らし合わせて、繁忙期と閑散期の傾向を把握する。こうした基礎作業に生成AIを活用することで、過去データの整理や可視化を効率よく行うことが可能になる。たとえば、地域のイベント情報をAIに整理させたうえで、自社の宿泊データを読み込ませれば、季節ごとの需要傾向を簡単に把握することができる。

宿泊プランの企画も、生成AIを使えばより手軽に進められる。たとえば、2025年は「昭和100年」にあたるが、このテーマを生かしてプランを考えたい場合は、「昭和100年を記念して、ホテルの割引プランを企画したい。割引率とその理由について、五つのアイデアを提案してください」と生成AIに依頼すればよい。さらに地域色を出したい場合には、「○○県○○市にちなんだ案を出してください」と続けて依頼すれば、地域の周年記念と組み合わせたプランを提案してくれる。

リゾート型施設では、敷地内外のアクティビティを年齢層ごとに整理しておくと、販促の幅が広がる。この場面でも、生成AIに過去の予約傾向を分析させることで、どの年齢層にどのプログラムが響くのかを、定量的に予測することが可能である。

媒体別のコンテンツ制作においても、生成AIは大きな力を発揮する。紙媒体であれば、チラシやリーフレットのドラフト作成を依頼でき、ネット媒体ではSNS投稿文やバナー広告の案出し、さらにはSEO対策まで担うことができる。とりわけInstagramやTikTokといったショート動画の領域では、生成AIによる動画構成案の作成や、トレンドワードの抽出によって、プロモーション効果を高めることが可能である。インフルエンサーとの連携においても、ターゲット層との親和性が高い候補者を、AIを活用して効率よく選定することができる。

（アルファコンサルティング代表取締役）

祝
週刊「観光経済新聞」
創刊75周年
JTBは旅を通して、心が動く瞬間をつむいできました。
感動のそばにあったのは、人と人、場所、文化。様々なものが出会い、交わる瞬間。
旅行業で培った知見と経験で、「出会い」を「交流」に。
私たちにしかできない「交流創造」に挑戦し続けます。
交わる先に、新たな未来。
◀交流創造とは
JTB
感動のそばに、いつも。