

V-1 観光庁による観光政策

- ・観光庁予算において、「観光地域づくり支援」が前年比大幅増
- ・日本版DMO登録制度が始まり、24の候補法人が登録

(1) 観光庁による観光政策の概観

●15年の観光関連予算

15年の観光庁予算は、103.6億円（前年度比100%）であった。内訳は、「訪日2000万人時代に向けたインバウンド政策の推進」84.5億円（同99%）、「観光地域づくり支援」63億円（同120%）、「観光産業振興」6.0億円（同103%）、「観光統計の整備」4.6億円（同107%）となっている。

その後、16年1月に成立した第1次補正予算では、「インバウンド観光による地域活性化」に44億円、「地方誘客のための緊急訪日プロモーション」に42億円が計上された。

●アクション・プログラム（2015）の策定（表V-1-1）

観光立国推進閣僚会議（主宰：内閣総理大臣）は、13年6月に策定した「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」、14年6月に策定した「観光立国実現に向けたアクション・プログラム（2014）」に続き、15年6月に「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015—『2000万人時代』早期実現への備えと地方創生への貢献、観光を日本の基幹産業へ—」を策定した。訪日外国人が急増している状況を踏まえ、「2000万人時代」を万全の備えて迎えるため、交通機関や宿泊施設等の供給能力（キャパシティ）が制約要因とならないよう、官民の関係者が十分連携をとって、「2000万人時代」への受入環境整備を急ピッチで進め、「2000万人時代」の早期実現を図ることが目的となっている。そのために、次の6つの柱を立てている。

1. インバウンド新時代に向けた戦略的取組
2. 観光旅行消費の一層の拡大、幅広い産業の観光関連産業としての取り込み、観光産業の強化
3. 地方創生に資する観光地域づくり、国内観光の振興
4. 先手を打っての「攻め」の受入環境整備
5. 外国人ビジネス客等の積極的な取り込み、質の高い観光交流
6. 「リオデジャネイロ大会後」、「2020年オリンピック・パラリンピック」及び「その後」を見据えた観光振興の加速

これらの柱に沿って必要となる具体的な施策について、新たに盛り込む必要があるものに加え、14年のアクション・プログラムのうち、改善・強化して取り組む必要があるものや継続して取り組む必要があるものが記載された。また、改定に当たっては、未来を担う若い世代や、外国人、地域の関係者、民間事業者などの意見を可能な限り反映している。

なお、「明日の日本を支える観光ビジョン」（16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）を強力に推進す

るため、観光ビジョンを踏まえた政府の短期的な行動計画として、16年5月に開催された観光立国推進閣僚会議の第6回会合において、「観光ビジョン実現プログラム2016」（観光ビジョンの実現に向けたアクション・プログラム2016）を決定している。

表V-1-1 観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015の構成

1. インバウンド新時代に向けた戦略的取組
(1) 「色とりどりの魅力を持つ日本」の発信と地方への誘客 (2) 未来を担う若い世代の訪日促進 (3) 欧米からの観光客の取り込み (4) 現地における訪日プロモーション基盤の強化 (5) オールジャパン体制による連携の強化 (6) ビザ要件の戦略的緩和 (7) インバウンド・アウトバウンド双方向での交流促進
2. 観光旅行消費の一層の拡大、幅広い産業の観光関連産業としての取り込み、観光産業の強化
(1) 「訪日外国人による観光消費拡大・地域活性化」プログラム (2) 幅広い産業のインバウンドビジネスへの参入促進 (3) 観光産業の活性化・生産性向上に向けた人材育成等
3. 地方創生に資する観光地域づくり、国内観光の振興
(1) 広域観光周遊ルートの形成・発信 (2) 来訪者が地域の魅力を体感し、再び訪れたい観光地域づくり (3) 世界に通用する地域資源の磨き上げ (4) 豊かな農山漁村、日本食・食文化の魅力 (5) 観光振興による被災地の復興支援 (6) 「LCC等・高速バス支援・国内旅行活性化」プログラム (7) 日本の魅力を活かした船旅の活性化 (8) レンタカーによるドライブ観光の活性化 (9) 鉄道の旅の魅力向上 (10) テーマ別観光に取り組む地域のネットワーク化による新たな旅行需要の掘り起こし (11) 国民の旅行振興に向けた意識醸成・環境整備
4. 先手を打っての「攻め」の受入環境整備
(1) 空港ゲートウェイ機能の強化、出入国手続きの迅速化・円滑化 (2) 宿泊施設の供給確保 (3) 貸切バスの供給確保、貸切バスによる路上混雑の解消 (4) 通訳案内士制度の見直しによる有償通訳ガイドの供給拡大等 (5) 「地方ブロック別連絡会」を最大限活用した、地域における受入環境整備に係る現状・課題の把握と迅速な課題解決 (6) 多言語対応の強化 (7) 無料公衆無線LAN環境の整備促進など、外国人旅行者向け通信環境の改善 (8) 公共交通機関による快適・円滑な移動のための環境整備 (9) 「クルーズ100万人時代」実現のための受入環境の改善 (10) ムスリム旅行者の一層の受入促進 (11) 外国人旅行者の安全・安心確保 (12) 観光案内拠点の充実、外国人旅行者への接遇の向上等
5. 外国人ビジネス客等の積極的な取り込み、質の高い観光交流
(1) 外国人ビジネス客の取り込み強化 (2) MICEに関する取組の抜本的強化 (3) IRについての検討 (4) 富裕層の取り込みと外国人長期滞在制度の利用促進 (5) 質の高い観光交流の促進
6. 「リオデジャネイロ大会後」、「2020年オリンピック・パラリンピック」及び「その後」を見据えた観光振興の加速
(1) オリンピック・パラリンピック開催をフルに活用した訪日プロモーション (2) 全国各地での文化プログラムの開催 (3) オリンピック・パラリンピックを機に訪日する外国人旅行者の受入環境整備 (4) オリンピック・パラリンピック開催効果の地方への波及 (5) オリンピック・パラリンピック開催を契機としたバリアフリー化の加速

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

(2) インバウンド観光の振興政策

●グローバルMICE強化都市の選定

観光庁では、国際的なMICE誘致競争が激化する中、海外競合国・都市との厳しい誘致競争に打ち勝ち、我が国のMICE誘致競争を牽引することができる実力ある都市を育成する必要があるため、13年6月に「グローバルMICE都市」を7都市選定し、MICE誘致力向上のための支援事業を実施してきた。

15年6月にはさらに、「グローバルMICE強化都市」として、札幌市、仙台市、千葉県千葉市（千葉県と千葉市の共同応募）、広島市、北九州市の5自治体を選定した。

●15年度の市場別訪日プロモーション方針

観光庁では、14年4月に観光庁内に新設された「マーケティング戦略本部」において、初めて外部専門家の知見を取り入れて、より科学的・合理的な分析に基づいた「市場別訪日プロモーション方針」を策定した。15年度は、表V-1-2のプロモーション方針を定め、訪日旅行の促進を行ってきた（表は全体および東アジア市場のみ掲載）。

表V-1-2 15年度の市場別訪日プロモーション方針

市場	15年度プロモーション方針（概要）
全体	桜のシーズンに加え、紅葉や雪など新たな訪日シーズンの創出・定着化を図ることにより、訪日時期を分散化するとともに、東京周辺やゴールデンルートに次ぐ需要を創出するべく、地方の魅力発信を強化し、訪日外国人の地方への誘客を図る。また、2000万人時代を見据え、中国内陸部・沿岸部や、新たな市場（フィリピン、ベトナム、インド、ロシア、イタリア、スペイン）にもプロモーションを拡大するとともに、ビザ緩和や新規就航など訪日促進の好機と連動したプロモーションを強化する。
韓国	主要ターゲット層：20～30歳代若年層（個人旅行）、家族層（個人旅行）、40～60歳代余裕層（個人旅行） 地方空港との直行便が多い市場特性を活かし、韓国人に人気がある日本各地のコンテンツ（温泉、オルレ等）の発信に重点的に取り組む。特に、近距離にも近接し、需要も高い九州については、各地に就航するLCCを活用したプロモーションを展開するとともに、滞在型の観光魅力の発信を行う。また、中国や四国地方の認知度も高め、特に西日本全体の需要を喚起する。
中国	主要ターゲット層：30～40歳代家族層（団体旅行、初訪日層）、20～30歳代女性（個人旅行、リピーター層）、旅行・口コミサイト利用層、教育旅行 中国内陸部・沿岸部において、ショッピングやカジュアルクルーズの魅力を送信し、初訪日層の獲得を図る。また、中国三大都市圏（北京・上海・広東）の個人旅行者やリピーターに向けては、14年度に引き続き、プロモーションの重点地域として九州を設定し、九州が定番の訪問地となるよう、継続的なプロモーションを行う。
台湾	主要ターゲット層：20～30歳代若年層（個人旅行）、40歳代家族層（団体旅行）、教育旅行 訪日需要が最も旺盛（海外旅行者の4人に1人は日本を訪問）で、リピーター率も高い市場。地方空港への直行便やチャーター便が多い市場特性を活かしつつ、台湾人観光客が比較的少ない東北・中国・四国地方の魅力を中心に発信し地方への誘客を図る。また、訪日需要の高い春～初夏や秋のシーズンに加え、台湾からの訪日需要が比較的少ない冬のシーズンをターゲットに設定し、冬の需要を喚起するため、東北地方を中心としたスノーリゾート等のプロモーションを行う。
香港	主要ターゲット：30～40歳代女性（個人旅行、リピーター層）、20歳代男女（初訪日層）、ウェディングツーリズム層 リピーター率が最も高い（訪日香港人の5人に4人はリピーター）が、地方への直行便は他の東アジア市場に比べ比較的少ないことから、地方へのさらなる誘客が期待できる市場。このため、重点的にプロモーションを行う地域として、昇龍道と四国を設定し、これらの地域におけるさまざまな周遊ルートを積極的に発信する。また、11年より個人客向けに展開している「Rail & Driveキャンペーン」を引き続き継続するとともに、台湾への需要が増加しているウェディングツーリズムについても新たにターゲット層に加え、訪日シェアの拡大に着手する。

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

(3) 国内観光地の魅力向上施策

●日本版DMO登録制度の創設

観光庁は、15年11月に日本版DMO候補法人の登録制度を創設した。観光庁によると、日本版DMOとは地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域へ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づくりの舵取り役として、多様な関係者と協働しながら、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定義されている。

日本版DMOが必ず実施する基礎的な役割・機能（観光地域マーケティング・マネジメント）としては、

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. 各種データ等の継続的な収集・分析、データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略（ブランディング）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・仕組みづくり、プロモーションが挙げられている。

日本版DMO候補法人登録制度の創設により、

- ①地域の取組目標となる水準の提示による日本版DMOの形成・確立の促進
- ②関係省庁が日本版DMOの形成・確立を目指す地域の情報を共有することによる支援の重点化
- ③日本版DMO候補法人の間の適切な連携を促すことで各法人間の役割分担がされた効率的な観光地域づくり等の実現を目指している。登録の仕組みやプロセス、登録要件は表V-1-3のように定められている。

また日本版DMOの形成・確立を目指すため、観光庁では「日本版DMO」形成・確立に係る手引きを作成している。

●日本版DMO候補法人の登録

観光庁は、16年2月に第1弾として24の候補法人の登録を行った。登録された法人は表V-1-4の通りである。

●観光立国ショーケースに3市選定

観光庁は、15年1月に策定した「日本再興戦略 改訂 2015」に基づき、地方都市において、各省庁の施策を集中投入した総合的な観光地域づくりを実現し、外国人旅行者の地方への誘客のモデルケースを作り上げるための「観光立国ショーケース」として、北海道釧路市、石川県金沢市、長崎県長崎市を選定した。

●広域観光周遊ルート形成計画の認定

観光庁では、複数の都道府県をまたぐテーマ性・ストーリー性を持った一連の魅力ある観光地について、交通アクセスも含めてネットワーク化を図り、外国人旅行者の滞在日数（平均6日～7日）に見合った訪日を強く動機づける「広域観光周遊ルート」（骨太な「観光動線」）の形成を促進し海外へ積極的に発信することを目的に、広域観光周遊ルート形成促進事業を実施している。15年6月には、各地域からの広域観光周遊ルート形成計画の申請を受け、国土交通大臣が7件の広域観光周遊ルート形成計画（表V-1-5）を認定した。

●観光圏整備実施計画認定地域

観光庁では、12年12月に改正された「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する基本方針」に基づき、13年（6地域）、14年（4地域）に続き、15年は3地域の認定を行った。認定された観光圏は表V-1-6の通りである。

●地域資源を活用した観光地魅力創造事業

観光庁は、15年5月に地域の観光資源を世界に通用するレベルまで磨き上げるため、歴史的景観、美しい自然、海洋資源、豊かな農山漁村、魅力ある食文化等の観光資源を活かした地域づくり施策と、体制づくり、受入環境整備、二次交通の充実等の観光振興のための施策を一体で実施する「地域資源を活用した観光地魅力創造事業」の対象地域を公募した。選定された31地域は、表V-1-7の通りである。

(西川亮)

表V-1-3 日本版DMO登録制度

登録の仕組み	
登録対象	地方公共団体と連携して観光地域づくりを担う法人
登録の区分	日本版DMOは、その役割・目的、ターゲットなどに応じて、広域的なエリアから小規模なエリアまで、さまざまな単位のエリアをマーケティングしマネジメントすることが考えられる。そのため、日本版DMO候補法人の登録に当たっては、以下の3区分での登録を実施する。 ○広域連携DMO 複数の都道府県にまたがる地方ブロックレベルの区域を一体とした観光地域で、マーケティングやマネジメント等を行うことにより観光地域づくりを行う組織 ○地域連携DMO 複数の地方公共団体にまたがる区域を一体とした観光地域として、マーケティングやマネジメント等を行うことにより観光地域づくりを行う組織 ○地域DMO 原則として、基礎自治体である単独市町村の区域を一体とした観光地域として、マーケティングやマネジメント等を行うことにより観光地域づくりを行う組織 ※広域連携DMOおよび地域連携DMOの形成・確立に当たっては、連携する地域間で共通のコンセプト等が存在すれば、必ずしも地域が隣接している必要はない
登録主体	国（観光庁長官）
支援制度	まち・ひと・しごと創生本部の新型交付金による支援の対象となり得ることに加え、観光庁をはじめとする関係省庁（観光庁、国土交通省、内閣官房、総務省、金融庁、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、環境省）で構成される「『日本版DMO』を核とする観光地域づくりに対する関係省庁連携支援チーム（以下、支援チーム）」を通じて重点的支援を実施する予定。
登録のプロセス	
(1) 地域からの申請	地域において日本版DMOの役割・機能を担おうとする法人が、日本版DMO形成・確立計画を作成し、地方公共団体と連名で提出する。 なお、登録の対象となる法人については、登録申請の時点で実際に存在し活動している必要はなく、今後法人を立ち上げる構想や意欲を有する場合は構想段階での登録申請が可能。
(2) 観光庁による登録	提出のあった日本版DMO形成・確立計画を観光庁において審査し、登録を行う。 日本版DMO候補法人としての登録を受けた法人は、少なくとも1年に1回、取り組みの評価・検証等を自立的に実施し、その結果を事業報告書等にまとめ、観光庁に報告することが求められる。
(3) 関係省庁による連携支援	日本版DMO候補法人としての登録を受けた法人およびこれと連携して事業を行う関係団体に対しては、支援チームを通じて、 ア 関係省庁の事業の活用検討 イ 観光地域づくりに関する相談等へのワンストップ対応 ウ 関係省庁の政策に関する情報提供等の重点的支援を検討していく予定
日本版DMOの登録要件	
(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	○以下の1～4のいずれかに該当するまたは該当する予定であること 1 取締役、理事など日本版DMOの意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画すること

2 日本版DMOの組織内に行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置すること
3 日本版DMOが行う取り組みに関する連絡調整を行うため、行政や関係団体から構成される協議会等をDMOとは別に設置すること
4 その他、関係者の合意形成が有効に行われる仕組みが存在すること
(2) 各種データ等の継続的な収集・分析、データ等に基づく明確なコンセプトに基づいた戦略（プランディング）の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立 ○以下の1～3の全ての取り組みを日本版DMOが行うまたは行う予定であること 1 各種データ等の継続的な収集・分析 2 データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略の策定（地方公共団体が策定する観光振興計画が存在する場合は、当該計画と戦略との整合性が留意され、当該計画の策定・見直し等への関与がなされること） 3 KPIの設定（少なくとも旅行消費額、延べ宿泊者数、来訪者満足度、リピーター率の4項目については必須とする。この他に各日本版DMOが独自にKPIを設定することも可能）・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 ○以下の1～3の全ての取り組みを日本版DMOが行うことまたは行う予定であること 1 地域社会とのコミュニケーション・地域の観光関連事業者への業務支援を通じて、戦略を多様な関係者間で共有すること 2 地域が観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制を構築すること 3 観光客に対して地域一体となって戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーションを行うこと
(4) 日本版DMOの組織 ○以下の1～3の全てに該当することまたは該当する予定であること 1 法人格を取得していること 2 意思決定の仕組みが構築されていること ※日本版DMOの業績について対外的に最終的な責任を負う者が明確化されていること 3 専門人材が存在すること ※データ収集・分析等の専門人材（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー等）がDMO専従で最低1名存在していることまたは確保する予定であること
(5) 安定的な運営資金の確保 ○日本版DMOが自律的・継続的に活動するための安定的な運営資金が確保される見通しがあること ※資金確保の手段としては、収益事業（物販、着地型旅行商品の造成・販売等）、特定財源（法定外目的税、分担金）、行政からの補助金・委託事業等が想定される

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

表V-1-4 日本版DMO候補法人リスト（16年2月）

申請区分	名称	マーケティング・マネジメント対象とする区域
広域連携DMO	(一財) 大阪湾ベイエリア開発推進機構	福井県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県
	(一社) せとうち観光推進機構	兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県
	(株) DMCやまがた	【山形県】山形市、上市市、天童市
	(一社) 秋田犬ツーリズム	【秋田県】大館市、北秋田市、小坂町
地域連携DMO	(一社) 秩父地域おもてなし観光公社	【埼玉県】秩父市、横瀬町、皆野町、長瀬町、小鹿野町
	(一社) 雪国観光圏	【新潟県】湯沢町、南魚沼市、魚沼市、十日町市、津南町【群馬県】みなかみ町【長野県】栄村
	(一社) 信州・長野県観光協会	長野県
	(一社) 信州いいやま観光局	【長野県】中野市、飯山市、山ノ内町、信濃町、飯綱町、木島平村、野沢温泉村、栄村【新潟県】妙高市
	(公社) びわこビクターズビューロー	滋賀県
	(一社) 近江インバウンド推進協議会	【滋賀県】彦根市、近江八幡市、米原市、愛荘町、豊郷町、甲良町、多賀町
	(一社) 鳥取中部観光推進機構	【鳥取県】倉吉市、三朝町、湯梨浜町、琴浦町、北栄町【岡山県】真庭市
	(一社) そらの郷	【徳島県】美馬市、三好市、つるぎ町、東みよし町
	(公社) 香川県観光協会	香川県

地域DMO	(一社)安中市観光機構	【群馬県】安中市
	(一社)みなかみ町観光協会	【群馬県】みなかみ町
	(一社)中之条町観光協会	【群馬県】中之条町
	(一社)下仁田町観光協会	【群馬県】下仁田町
	(一社)墨田区観光協会	【東京都】墨田区
	(株)昼神温泉エリアサポート	【長野県】阿智村
	妙高観光推進協議会	【新潟県】妙高市
	(一社)小諸市観光局	【長野県】小諸市
	(一社)田辺市熊野ツーリズムビューロー	【和歌山県】田辺市
	(一社)椎葉村観光協会	【宮崎県】椎葉村
(株)薩摩川内市観光物産協会	【鹿児島県】薩摩川内市	

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

表V-1-5 認定を受けた広域観光周遊ルート形成計画

ルートの名称 (英訳含む)	申請者	形成計画の概要	主な広域観光 拠点地区
アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道 Hokkaido - Route to Asian Natural Treasures	「プライムロードひがし北・海・道」推進協議会	北海道道東の四季折々の大自然、景観、食等を活用し、富裕層をターゲットに誘客を図る。札幌地区に集中しているインバウンドの呼び込みも目的としている。	富良野地区、十勝川温泉地区、知床地区、釧路地区等
日本の奥の院・東北探訪ルート "Exploration to the Deep North of Japan"	東北観光推進機構	自然と東北の歴史文化、食を探索するルート。台湾、香港等の個人旅行を主な対象とする。仙台空港並びに首都圏、函館からの誘客を図る。観光による復興加速化もテーマ。	八甲田・十和田・奥入瀬地区、角館・田沢湖地区、仙台・松島地区、蔵王・山寺地区、会津・喜多方・磐梯・大内宿地区等
昇龍道 SHORYUDO	中部（東海・北陸・信州）広域観光推進協議会	豊かな山岳等の自然、歴史ものづくり文化などを活用し、アジアやアメリカからの誘客を図る。セントレア、東海道新幹線と北陸新幹線効果によりゴールデンルートからの呼び込みを目指す。	白川郷・五箇山地区、金沢地区、飛騨高山地区、伊勢・鳥羽・志摩地区、富士山南麓地区等
美の伝説 THE FLOWER OF JAPAN, KANSAI	関西広域連合・関西経済連合会・関西地域振興財団	5つの世界遺産をはじめとする豊富な歴史遺産や絶景、食等を活用し、東南アジアや欧米のリピーター等に誘客を図る。京都・大阪から南近畿、北近畿への呼び込みを目指す。	古都奈良の文化財地区、熊野地区、天橋立地区、古都京都の文化財地区、大阪城エリア地区等
せとうち・海の道 The Inland Sea, SETOUCHI	瀬戸内ブランド推進連合・瀬戸内観光ルート誘客促進協議会	世界有数の静かな内海（うづうみ）の景色と歴史的な建築物・工芸等を活用し、ゴールデンルートの延長線上に観光動線を形成し、欧米富裕層等をターゲットに外国人宿泊者数を増やす。	徳島・鳴門・淡路島地区、高松・直島・琴平・小豆島地区、しまなみ街道地区、広島・宮島・岩国地区等
スピリチュアルな島～四国遍路～Spiritual Island～ SHIKOKU HENRO～	四国ツーリズム創造機構	お遍路やお接待の心の文化や1200年の歴史・史跡を活かし、コンパクな四国や素朴さをアピールし、欧米等の海外からの誘客を積極的に図る。	にし阿波地区、高松・東讃地区、今治・西条・新居浜地区、四万十・足摺地区等
温泉アイランド九州 広域観光周遊ルート Extensive sightseeing route of Onsen Island' Kyushu	九州観光推進機構	全国一の温泉源泉数と湧出量を誇る温泉をコンセプトとし、歴史文化・自然・食を活用したルート。韓国、中華圏、欧州のFIT旅行者の拡大を図る。福岡から西九州、東九州への呼び込みを目指す。	福岡地区、長崎地区、阿蘇・黒川地区、宮崎地区、鹿児島地区等

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

表V-1-6 認定を受けた観光圏整備実施計画

認定圏域名	市町村
水のカムイ観光圏～釧路湿原・阿寒・摩周～	北海道釧路市、弟子屈町
トキめき佐渡・にいがた観光圏	新潟県新潟市、佐渡市
香川せとうちアート観光圏	香川県高松市、丸亀市、坂出市、善通寺市、観音寺市、さぬき市、東かがわ市、三豊市、土庄町、小豆島町、三木町、直島町、宇多津町、綾川町、琴平町、多度津町、まんのう町

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成

表V-1-7 選定された地域
(地域資源を活用した観光地魅力創造事業)

申請者名	主な事業実施地域
十勝ファームツーリズム等推進協議会	帯広市
VISIT TAKATA推進協議会	陸前高田市
仙台・宮城観光キャンペーン 白石市推進協議会	白石市
山形おきたま観光協議会	米沢市、長井市、南陽市、高島町、川西町、小国町、白鷹町、飯豊町、上山市
会津若松市国際観光推進協議会	会津若松市
富岡市観光資源活用協議会	富岡市
天王洲活性化懇談会	品川区
那須町魅力創造事業推進協議会	那須町
妙高観光魅力創造協議会	妙高市
立山町マーケティング推進協議会	立山町
(仮) WAKUWAKUやまのうち まちづくり協議会	山ノ内町
上高地ネイチャーガイド協議会	松本市
まちづくり小浜推進協議会	小浜市
西美濃夢源回廊協議会	揖斐川町、大野町、池田町、本巣市、神戸町、大垣市
GOGO三河湾協議会	西尾市、蒲郡市、田原市、南知多町
「伊勢志摩キャンペーン」実行委員会	伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町、度会町、玉城町
琵琶湖疏水船下り実行委員会	大津市、京都市
水辺観光商品創造事業協議会	大阪市
福良地区観光推進協議会	南あわじ市
和歌山市観光振興ネットワーク	和歌山市
ALL白浜"ここでしかできない旅"実行委員会	白浜町
隠岐世界ジオパーク推進協議会	隠岐の島町、海士町、西ノ島町、知夫村
島発見協議会	大崎上島町
萩観光魅力創造推進協議会	萩市
防府市観光資源活性化協議会	防府市
(仮称) 俳都・松山推進協議会	松山市
福岡県産業観光推進協議会	北九州市、大牟田市、久留米市、飯塚市、田川市
有田観光まちづくり協議会	有田町
アジア・国際観光推進に係る 官民連携協議会	長崎市
日南市観光推進連携協議会	日南市
八重山フードツーリズム推進協議会	石垣市

資料：観光庁ホームページをもとに（公財）日本交通公社作成