

資料3 新型コロナウイルス感染症対応先進事例及び観光施策を進めるための推進体制の先進事例

▽新型コロナウイルス感染症対応先進事例(コロナマネジメントが進んでいる地域)

番号	地域	関係団体	内容	DMOの有無
1	京都市	公益社団法人京都市観光協会	コロナ禍での観光復興ロードマップを作成しているマネジメント項目も定めている。	DMO京都
2	佐渡市	(一社)佐渡観光交流機構	コロナ対策としてクリーン認証制度を作成。	佐渡DMO
3	城崎温泉	城崎温泉観光協会・城崎温泉旅館協同組合・(一社)豊岡観光インベーション	業界ごとではなく、地域全体としてのガイドラインを作成しコロナマネジメントをしている。	豊岡DMO
4	沖縄県	沖縄観光コンベンションビューロー	今までは千客万来だった発想を変えて、リスポンシブルトラベラーにシフトし、ちゃんとルールを守ってくれるお客さんに来てもらう。数を追わず、質を追う仕組みにターゲットを変えようという取り組み。「憩うよ、沖縄」ブランド	沖縄DMO

▽観光施策を進めるための推進体制・組織体制について特徴がある、先進性があるもの

番号	地域	中心となる団体等	内容	DMOの有無
1	弘前市はじめ13市町村	(一社)Clan PEONY津軽	弘前だけではお城と桜しかないから津軽圏でまとまって広域な取り組みを始めた。職員の人材育成を含めた取り組み。	(一社)Clan PEONY津軽
2	釧路市	釧路市	観光振興ビジョンを作成し、基金(入湯税)を作り予算を確保。	(一社)釧路観光コンベンション協会(広域連携) (特非)阿寒観光協会 まちづくり推進機構 (地域)
3	富士河口湖町	富士河口湖町観光連盟	5町村が合併、それぞれに観光協会があり、ひとつの組織体制を作るのに3年かかったが、実現した。	無し

▽地域らしさを見直しながら、まちのリノベーションを行っている地域

番号	地域	中心となる団体等	内容	DMOの有無
4	長門市(長門湯本温泉)	長門市	星野リゾートがまちづくりに加わった。市に対し観光ビジョンを持って、民間がやりたいことをやってくれるなら進出すると提示。それを行政が実施し独自財源の確保にもつなげた⇒ランニングコストを確保。長門湯本みらいプロジェクト。	無し

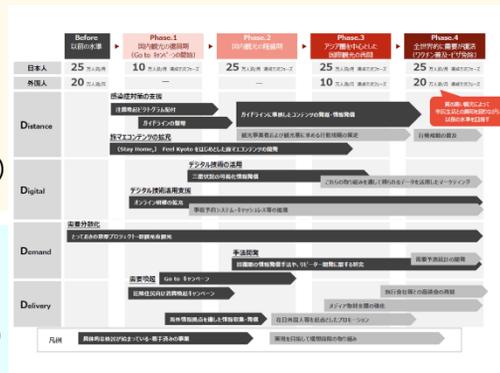
※赤字はDMO登録を受けている団体(DMOの有無の欄はありの場合は通称名等を記載)



ウィズコロナ時代への適応を目指したロードマップの作成 2020年6月末時点

1. 4段階に分けた事業スケジュール

- 第1段階** 国内観光の復興期 (Go to キャンペーンの開始)
- 第2段階** 国内観光の隆盛期
- 第3段階** アジア圏を中心とした国際観光の再開
- 第4段階** 全世界的に需要が復活 (ワクチン普及・ビザ免除)



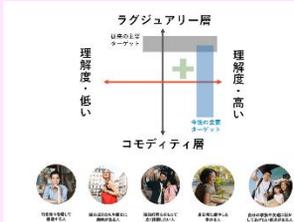
2. ウィズコロナ時代の4つのマネジメント項目を設定

- ① Distance Management
(衛生対策、旅マエ体験の充実を通じた社会的距離の適正化)
・市民と観光客の距離を適切に保つ
- ② Digital Management
(デジタル技術の活用推進)
・感染対策とサービスの効率化
- ③ Demand Management
(需要の分散化、ロイヤリティの高い観光客への資源集中)
・量から質への転換
- ④ Delivery Management
(地域住民や国内外の京都ファンなどを起点にした情報の伝達)
・ウィズコロナの京都の楽しみ方の発信

出典: 新型コロナウイルスの影響によって喪失した京都観光需要の回復に向けた事業展開のロードマップ(公益社団法人京都市観光協会(DMO KYOTO))

3. 訪問意向調査に基づいたターゲット設定

従来のターゲット
「首都圏や欧米豪を中心とした富裕層」



出典: 新型コロナウイルスの影響によって喪失した京都観光需要の回復に向けた事業展開のロードマップ(公益社団法人京都市観光協会(DMO KYOTO))

ここに「価値観や行動様式による分類」を導入し、富裕層に限らず「無形の文化資源にまで価値を見出し、新しい体験に投資し、成長を楽しむことを重視する、国内外の旅行者」を追加。

新型コロナウイルスの影響が出る以前に発生した諸問題の再発を回避できるよう、地域にとって理想的な顧客像を設定し、住民生活と調和した観光の実現を目指す

4. 目指すゴール

新型コロナウイルスの影響によって大きなダメージを受けた京都観光需要の回復に向け、会員をはじめ京都市の観光事業者の経営安定につながる質の高い観光消費を確保することを目的に、国内および外国人宿泊客数を一定水準まで回復することを目指す。

具体的な回復指標

- 国内 約 25 万人泊/月
- 外国人 約 20 万人泊/月



新型コロナウイルスに対する取り組み

(1) オンライン研修

形式 動画を活用したオンライン研修(e-learning) 各メニュー30分程度
対象 京都市内の観光関連事業者、施設の経営者、従業員等
内容 7つのテーマで28のメニュー

出典:新型コロナウイルスの影響によって喪失した京都観光需要の回復に向けた事業展開のロードマップ(公益社団法人京都市観光協会(DMO KYOTO))

(2) 新型コロナ対策緊急支援助成金の創設【京都市観光協会 独自事業】

対象者 京都市観光協会の会員
対象事業 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により要した経費(～3月末発生分)
助成率 事業実施に係る経費の3分の2以内
上限額 1事業者あたり上限20万円
交付実績 助成予定件数:233件 助成予定金額:10,775千円

(3) 新型コロナ対策緊急支援助成金の創設【京都市連携事業】

対象者 市内の観光事業者等(大企業・みなし大企業除く)
対象事業 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により要した経費(4/1以降発生分)
助成率 事業実施に係る経費の4分の3
上限額 1事業者あたり上限30万円
交付実績 助成予定件数:260件 助成予定金額:65,303千円

(4) 新型コロナウイルス感染症に対する注意喚起ピクトグラム等の制作

- ・従業員向け衛生チェックシートの提供
- ・ピクトグラム(事業者の取り組み)
- ・ピクトグラム(お客様へのご協力依頼)
- ・感染症防止シート

(5) 特設WEBページ「Stay Home, Feel Kyoto」

自宅に居ながらも京都の魅力を感じ、癒しや活力を得ていただけるように、公式WEBサイト上に専用ページを設け、以下のコンテンツを掲載。

- ・坐禅の解説講座「おうちで坐禅 ～手ほどき編～ by 妙心寺退蔵院」
- ・ビデオ通話システムで活用頂ける背景の無償提供
- ・京都の各業界の方々から世界の京都ファンに向けたメッセージ動画
- ・「KYOTOの予習」(歴史・文化について学べる記事・動画など)

(6) デジタル活用支援パッケージ

- 1) デジタルの導入や更なる活用を希望する会員とサービスやノウハウを有する会員をマッチングする窓口「デジタルお悩み相談所」の開設
- 2) デジタルの更なる活用を支援するオンライン研修
- 3) 資金調達型プロジェクトを支援、紹介する「京都つながる Navi」の開設
- 4) Facebook を活用したコミュニティページの開設





ウィズコロナ時代の「防疫型沖縄観光」の推進

1. 観光受入ロードマップ

沖縄県の方針

観光客受入方針

移行期間	ステップ	日付	沖縄県の方針	観光客受入方針
移行期間	ステップ0	5月25日～	全都道府県：渡航自粛要請	移動自粛継続
	ステップ1	6月1日～	6都道府県：渡航自粛要請	県内旅行の促進
	ステップ2	6月19日～	渡航全面解除	全国からの受入徐々に促進
	ステップ3	7月10日～		GoToキャンペーンに向けたプロモーションの実施
移行期間後		感染状況を見つ		GoTo需要の取り込み

2. 観光回復プロジェクトの策定

現状

- ・県内総生産の2割を観光が占めている。観光が沖縄県の県民生活に与える影響は高い。
- ・観光客数は年々増加しているが、観光客1人当たりの消費額は減少傾向にあり経済的なプラスになっていない。
- ・そんな中、新型コロナが発生し、観光に打撃を受けた。

「観光客を戻すときに、コロナ以前と同じようにしない」

解決のための柱①

今後、観光客が増えていくプロセスの中で、いかに県民が豊かさを感じられる仕組みを構築
→「観光客の消費単価向上」の推進

解決のための柱②

コロナガイドラインの遵守や対策を徹底し観光客はもちろん、県民の安心安全につながる仕組みを構築
→「防疫型観光」の推進



「憩うよ、沖縄。」プロジェクトスタート

- ・消費型から本物志向の商品の提供
- ・1か所に大人数を収容できない→高単価化

量から質へ

- ・那覇空港署公社相談センター「TACO」
- ・新型コロナ個人サポートサイト「RICCA」
- ・デジタルホスピタリティの充実

安心安全が最大の誘客策

3. 需要回復に向けて

MICEの推進

産学官連携でMICEネットワークを形成し、防疫型観光の観点でリアルとバーチャルを組み合わせたハイブリッドMICEを推進する方針

インバウンド推進

4時間県内にアジア20億人のマーケットがある地の利を生かし、台湾から交流を再開し世界の交流拠点を目指す。



地域全体としてのガイドラインを作成

1. 経緯

新型コロナウイルス感染症の影響で、緊急事態宣言が出される中、城崎温泉では4月27日から5月31日までまち全体で一斉休業することを決定。

6月の再開に向け、感染症対策を行っていることが来訪者と地域の安心につながるとしてまち全体の共通方針である「城崎温泉新型コロナウイルス感染症対策ガイドライン」を作成。

2. 策定メンバー

作成：城崎温泉観光協会
城崎温泉旅館協同組合
(一社)豊岡観光イノベーション(DMO)
アドバイザー：観光政策の専門家4名
助言：豊岡健康福祉事務所
協力：豊岡市

3. 特徴

出典：城崎温泉における新型コロナウイルス感染症対策ガイドライン

「城崎温泉は、まち全体で一軒の旅館」と表現し、駅は玄関、道は廊下、7つある外湯が大浴場、土産屋は売店、飲食店は食堂、旅館が客室と位置づけている。浴衣に着替えて、温泉街に7つある「外湯」に行き、川沿い柳の木と木造3階建ての旅館が並ぶ温泉街をそぞろ歩く滞在スタイルとなっている。

そういったことから、地域にはいろんな事業者が入り、住民や、行政も共存しているので、業界ごとのガイドラインだけでは、フォローできない部分があるため、そこをつなぐ部分も含め地域全体として取り組む内容としている。

また、日々変わる状況に対応してガイドラインを随時見直すということも明文化している。
5月28日発表

4. その他取り組み

出典：城崎温泉における新型コロナウイルス感染症対策ガイドライン

- ・来訪者、住民の安全安心のため、「そぞろ歩きルール」を実施(11月12日)
- ・豊岡市の事業者向け感染症対策認証制度 CLEAN and SAFE TOYOOKA を制定(11月18日)

そぞろ歩きルールの内容

1 15時～18時の間、湯の里通り、南北柳通り、駅通りにおいて

駐車車を控える

車の使用を控える

2 町内駐車場を活用する

路上駐車は控え、駐車場を活用する

3 交通違反をしない

継続的な駐車車をしない

見通しの悪い場所で駐車車をしない

反対(右側)駐車をしない

走行速度を守る(温泉街は30km/h以下)





平成29年3月 第二期観光振興ビジョンを策定

1. 観光の将来像と3つのメッセージ

観光の指す将来像

みんなが担う、みんなが育てる観光産業により
持続可能な自立型の地域経済の実現を目指します

住民、地域事業者、観光客それぞれに目標像をメッセージとして発信

- ①地域住民……………『みんなが担う、みんなが育てる観光のまち・釧路』
- ②地域事業者……………『観光によって幅広い産業が元気になるまち・釧路』
- ③観光客……………『また来たい、釧路という異国』

2. 目標値

計画目標のスケジュールを平成29年度から概ね10年程度とし経済波及効果を基準年次の2倍の約500億円と設定

最重要指標を経済波及効果としている

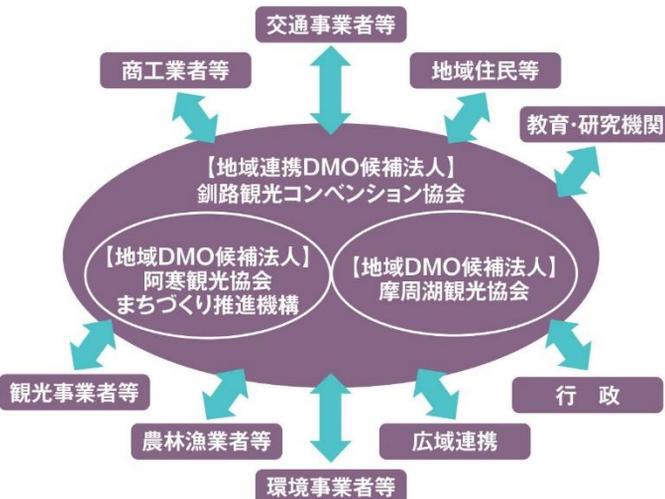
経済波及効果＝観光客数(実数)×消費単価×域内調達率

3. 推進体制

概ね10年としているのスケジュールを初期4年中期3年後期3年に区切って進捗を管理。

釧路市は、阿寒地区、釧路地区、音別地区と別れておりそれぞれの地域特性や実情を踏まえた取り組みをしていくため、地域DMO、地域連携DMOが中心となって、そこに行政等の市内関係者や市外の関係者が積極的にかかわって取り組んでいく体制としている。

計画の推進・管理は、事業ごとに合わせた関係者の連携体制で進め、評価、検証は行政とDMOが連携して進める。



4. 人材育成・確保

観光現場の接客等を行う人材の確保・育成、観光振興を推進する人材の確保・育成のため以下の4項目を実施

- ①人材発掘と確保
- ②人材育成プログラムの整備
- ③おもてなし精神の醸成
- ④観光関連事業者の意識改革

5. 財源の確保

平成27～36年度の10年間、一般の宿泊客1人1泊についての入湯税の税率を、150円から250円に引き上げ、超過分を「釧路市観光振興臨時基金」に入れ観光振興財源としている。



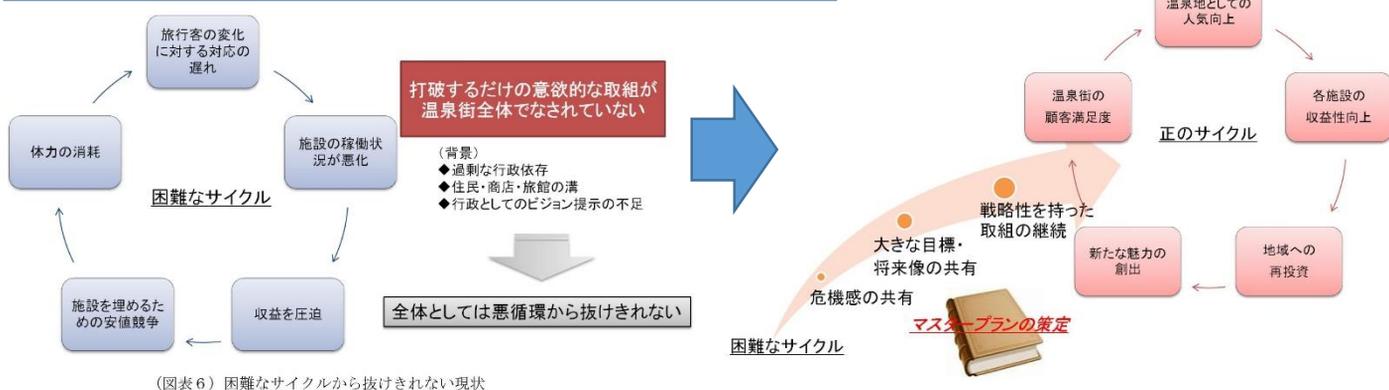
平成28年8月 長門湯本温泉観光まちづくり計画を策定

1. 背景と目的

昭和58年(39万人)をピークに減少傾向で推移(H26時点で半減)、閑散とした温泉街になってしまった。平成26年1月には、150年の歴史を誇る大型老舗ホテルが倒産し、温泉地全体としてさらに厳しい状況となる。

「陥っている構造的な困難に対し大きな目標と戦略を持って施策を講じていくための『温泉街全体での意欲』の不足が、現在の長門湯本温泉の低迷を招いた本質的な課題である」という謙虚な認識を共有すること、その危機感を共有することを大前提に、現状を跳ね返す目標の設定と具体的な戦略の構築。

2. 負のサイクルからの脱却のための計画が必要



出典:長門湯本温泉観光まちづくり計画

3. 温泉の再生に向けて

市長が、老舗の温泉宿が倒産して危機感が一気に高まり、市の経済を活性化するうえで、温泉の再生は重要課題で地域への経済波及効果を考えると旅館の誘致が最善と考えた。

→マスタープラン(長門湯本温泉観光まちづくり計画)の作成を星野リゾートに依頼

地元ブランドの価値を理解できるお客を全国から迎え、地域でモノが循環する仕組みを作る。労働生産性を上げることで若者が働きたくなる職場を増やしたいことなどの解決を期待

再生に必要な条件を提示

星野リゾートが受託するにあたり以下6項目の条件を提示。すべてに取り組むことを条件とした

外湯

食べ歩き

文化体験

回遊性

絵になる
場所

休む佇む
空間

観光まちづくり計画の中に盛り込み、まちとして取り組んでいくことを決定。

また、実施に当たりランドスケープデザインの考え方を取り込み空間と動線も同時に計画することを目指す(ハードとソフトをセット)。

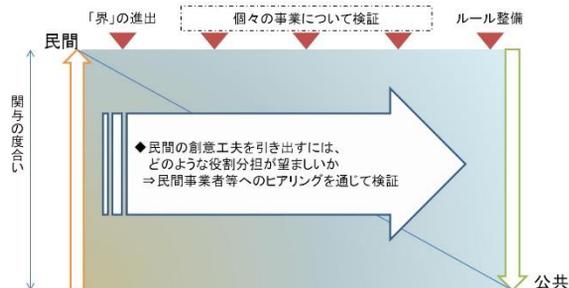
目標を「全国トップ10に入る人気温泉地となることを目指す」に設定

再生に必要な6項目をどう実行していくか、項目ごとに具体的な計画を観光まちづくり計画の中に盛り込み示している。

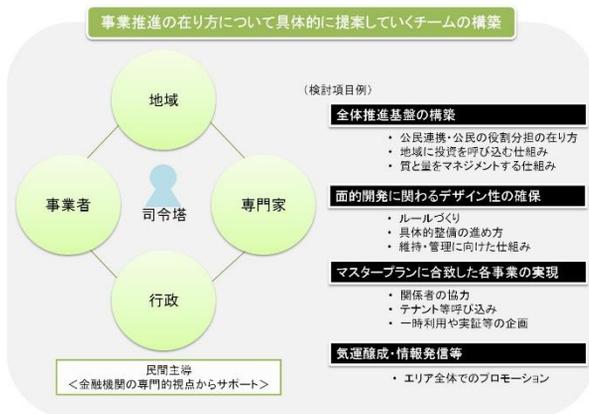
4. 推進体制の構築

- ①計画の内容が多岐にわたるため、やることごとに最も適当な進め方を選択することが必要。
→「誰が何をやる」の部分は明確には書かれていない。
- ②公共投資のみで推進・維持することは非現実的なので、観光関連事業発展に結びつく民間事業者の創意工夫を引き出す手法が必要。
- ③行政が一定のインフラ投資を行うことで民間事業者のチャレンジできる環境を整え、インフラ、ルール整備、支援策を金融機関と連携し具体化させ役割分担を構築することが必要。
- ④まちの人たちの共感と協働が必要
- ⑤民間事業者、地域、行政、それぞれの事業を推進する主体に専門家を加え推進チームを形成することが必要。

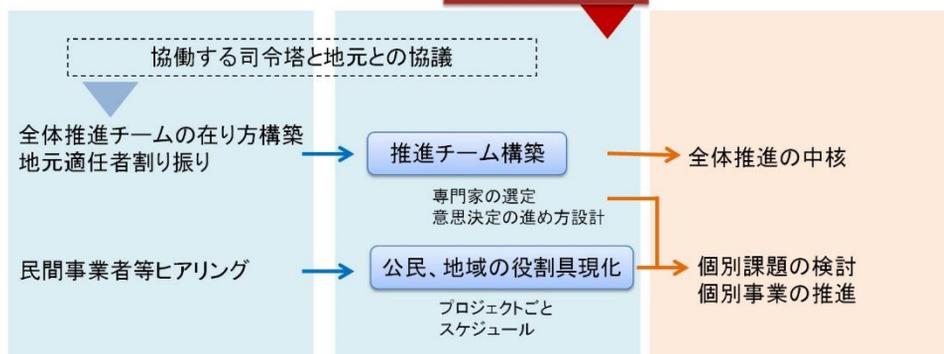
(図表19) 官民の役割に関する詳細検証イメージ



1 支払 (Money) に対して最も価値の高いサービス (Value) を供給するという考え方である。従来の方式と比べて PFI 事業のほうが総事業費をどれだけ削減できるかを示す。一般的には、サービスの価値水準を同一として、民間が実施した場合に要するコストを下回るときに VFM があるとされる。(平成 20 年 10 月 5 日 公民連携白書 2008~2009) より



28年度中を目指す



長門市では公募型プロポーザルにより推進チームのリーダー(司令塔を選出)し事業全体の推進を担う。個別事業のサポートも担う

上記3つの出典: 長門湯本温泉観光まちづくり計画

5. 財源の確保

- ・長門市には、長門湯本温泉、油谷湾温泉、湯免温泉、俵山温泉の4つの温泉地域があり鉱泉浴場(温泉施設)において入湯した方から、入湯税150円を徴収していた。
- ・令和2年4月1日に長門湯本温泉に限定して1人1日150円を300円に引き上げた。
- ・引き上げ分を「長門市長門湯本温泉みらい振興基金※」に積み立て、長門湯本温泉のまちなみ景観整備やイベントの実施など、入湯税を原資として公益性の高い事業や景観づくりに投資していく仕組みが構築され、魅力的な温泉街を持続させていくための観光地経営の取組みを始めた。

※長門湯本みらいプロジェクト

より良い未来に向けて温泉街のリノベーションを進めるために、社会実験、住民説明会、ワークショップ、イベントなど様々な活動の企画、運営、サポート、情報発信を行う市民参加型プロジェクト