

広報発表

全国 270 団体のうちの  
3 団体に選ばれました！

令和 5 年 4 月 4 日  
(公社) 京都市観光協会

## (公社) 京都市観光協会が「先駆的 DMO」に選定されました

観光を取り巻く目まぐるしい変化にしなやかに対応するためには、世界を見据えた戦略と実行体制の更なる進化が重要であることから、公益社団法人京都市観光協会（DMO KYOTO）では、京都市と連携のもと、観光推進体制の更なる強化充実に取り組んでいます。

この度、国土交通省観光庁が、世界に誇れる持続可能な観光地域づくりを行う「世界的な DMO」の形成を目的として募集した「先駆的 DMO」に、令和 5 年 3 月 28 日付けで京都市観光協会が選定されましたので、お知らせします。

### 1. 先駆的 DMO の選定結果

分類	定義	選定された DMO の名称
先駆的 DMO (A タイプ)	観光庁が定める「世界的な DMO」の 6 要件全てを一定の水準に満たしている DMO	公益社団法人 京都市観光協会 (DMO KYOTO)
		一般社団法人 田辺市熊野ツーリズムビューロー
先駆的 DMO (B タイプ)	6 要件のうち、いずれかの項目で一定の水準を満たしていない DMO	一般社団法人 下呂温泉観光協会

### 2. 先駆的 DMO の制度概要

「先駆的 DMO」とは、持続可能で国際競争力の高い魅力ある観光地域づくりを行う「世界的な DMO」を目指す「観光地域づくり法人 (DMO)」に対し、観光庁が戦略的に支援を実施するために募集・選定した DMO です。選定の主な要件（世界的な DMO の定義）は下図のとおりであり、有識者委員会議の審査を経て決定されました。今後、「先駆的 DMO」は、観光庁による支援体制のもとで「世界的な DMO」の形成に向けたアクションプラン」を策定し、約 2 年間の支援期間において計画の達成を図ります。



### 3. 観光地域づくり法人（DMO）について

観光地域づくり法人（DMO）とは、地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行う舵取り役となる法人です。DMOとは、Destination Management/Marketing Organizationの略称です。

令和5年3月末時点で観光庁において登録されているDMOは全国で255団体であり、マネジメントの対象となる地域の単位に応じて「広域連携DMO」「地域連携DMO」「地域DMO」の3種類に分類されます。また、令和2年度から令和4年度にかけて、インバウンドの誘客等に向けて支援を強化すべきDMOとして「重点支援DMO」の募集が観光庁によって行われており、全国で37法人が選定されています。

詳細については、観光庁ホームページをご確認ください。

分類	広域連携 DMO	地域連携 DMO	地域 DMO	計
うち 先駆的 DMO	0	0	3	3
重点支援 DMO	0	21	16	37
登録 DMO	10	85	138	233
計	10	106	154	270

### 4. 京都市観光協会（DMO KYOTO）の体制整備の歩み

1960（昭和35）年 5月	設立
1961（昭和36）年 4月	社団法人として登録
2012（平成24）年 4月	公益社団法人に移行
2017（平成29）年11月	日本版DMO（現 観光地域づくり法人）に登録
2020（令和 2）年 8月	重点支援DMOに選定
2023（令和 5）年 3月	先駆的DMOに選定

### 5. 問合せ先

公益社団法人 京都市観光協会（DMO KYOTO）

企画推進課 堀江

TEL：075-213-0070 E-mail：marketing@kyokanko.or.jp

### ターゲット

- ・より良い生き方を模索している人
- ・日本や京都に地縁を持つ人
- ・多様な背景を持つ人

### 地域のビジョン

This place will enrich your life  
市民の文化に旅行者が触れることで  
次の千年まで続く新たな文化が生まれる

### DMOのビジョン

- ・世界最先端の観光課題対策  
(観光モラルの普及など)
- ・京都で観光ビジネスに関わるうえで  
欠かせないパートナー

### 意識の高い顧客のロイヤリティ向上

- ・満足度・滞在時間を高める
- ・リピーターの開発

### 住民の観光理解促進

- ・観光への理解を得る
- ・担い手の活躍 (市民参画拡大)

### 会員 (事業者) の経営力向上

- ・会員の稼ぐ力向上
- ・経営や政策を展開するうえでの課題解決
- ・業界における存在感強化

### 戦略の策定と運用

#### A: プレゼンテーションの再整理

- ①ターゲットの明確化のための調査
- ②内外におけるブランド認知調査
- ③他ブランドへの反映

#### B: 地域に対する観光経済効果分析

- ①業界経営動向・雇用環境の調査
- ②経営改善事業の開発
- ③観光経済効果の分析
- ④市民理解の醸成機会開発

#### G: 指標に連動した事業設計

- ①KPIロジックツリー作成
- ②将来予測から逆算した  
目標値の設定

### 戦略の実装

#### C: 文化財を活用した高価格体験の開発流通と需要平準化の手法確立

- ①既存の高価格体験コンテンツの整理
- ②既存事業の高価格帯コンテンツの開発と流通
- ③文化財特別公開事業のレベニューマネジメントや市民優待制度等の実証

### インバウンド向け

#### E: 業界交流促進および商品造成支援・流通促進支援

- ①インバウンドに特化した商品造成伴走支援プログラム
- ②インバウンドをテーマにした業界交流会の定期開催

#### F: 多言語観光案内改善支援事業

- ①質の高い案内標記の面的拡大とガイドライン発行
- ②案内業務の効率化・オンライン化

#### D: 京都観光の情報流通環境整備

- ①京都観光関連メディア支援と  
キュレーションサイトの運営
- ②メディアと連携した新たな統計開発

### 指標検証

#### H: DMOにふさわしい組織運営の モデル構築

- ①人事制度の整備  
・人事評価制度の確立  
・望ましい職員構成や  
キャリアパスの検討

- ②職員研修の実施  
・ビジョン共有  
・キャリアステージ別研修  
・ICTリテラシー研修  
・先進事例視察等

- ③社内ICTインフラ改善

#### I: 会員基盤の拡大等による 安定財源の確保

- ①財務計画策定  
・ポートフォリオ分析+計画策定  
・京都市観光部局以外とも  
連携した事業立案

- ②会員基盤の拡大  
会員制度の改善  
法人のブランディング強化

安定した事業環境の確保



京都市観光協会  
KYOTO CITY  
TOURISM ASSOCIATION