

観光需要分散のための
地域観光資源の
コンテンツ化促進事業

観光需要分散のための 地域観光資源のコンテンツ化促進事業説明会 (二次公募)

令和8年5月22日

観光需要分散のための地域観光資源のコンテンツ化促進事業事務局

1. 本事業の概要

2. 本事業の流れ及びスケジュール

3. 応募資格及び補助内容並びに採択事業者の選定

4. 地方運輸局における重要テーマについて

5. 申請手続について

6. 申請前支援について

注：内容は5/21時点のものになります。最終的な内容は公募要領等でご確認ください。

1. 本事業の概要

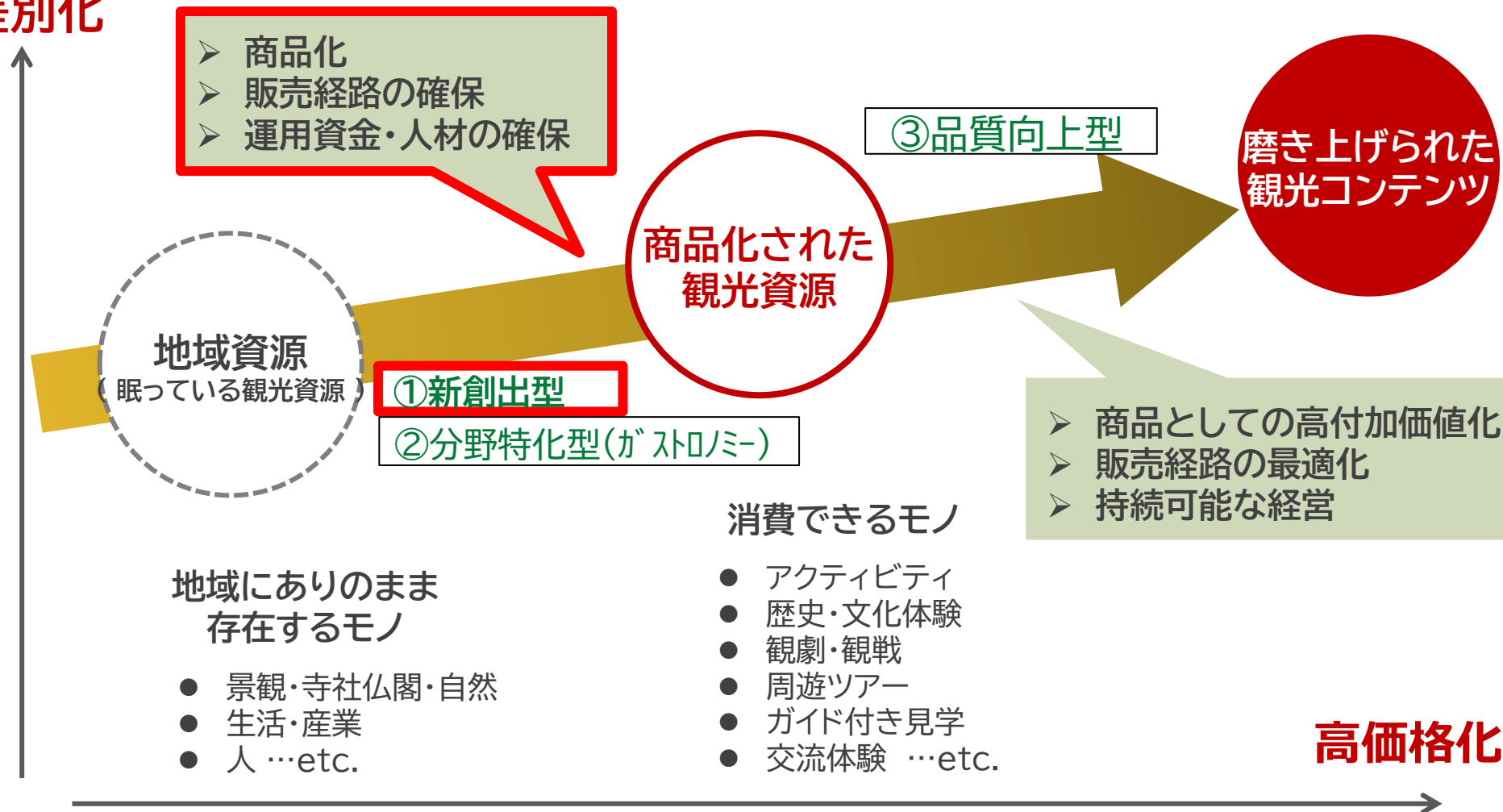
本事業の目的

本事業は、観光による経済効果を全国津々浦々に波及させ、観光消費を効果的に拡大させるとともに、持続的な地方誘客により観光需要の平準化につながるよう、インバウンドの需要分散に資する観光コンテンツ供給の促進を目的とし、地方公共団体、DMO、民間事業者等による、多様な地域資源を活用した観光コンテンツの造成や情報発信、販路開拓等を総合的に支援します。

◆各類型の位置づけ

※ 二次公募では「①新創外型」のみの募集となります。予めご了承ください。

差別化



二次公募について

● 募集する類型について

募集する類型は「**新創出型**」のみとなります。一次公募で募集した「**分野特化型（ガストロノミー）**」と「**品質向上型**」は、二次公募では募集しません。

● 地方運輸局における重要テーマの設定

各地方運輸局がその地域で推進する重要テーマに合致する事業は、審査の際に勘案し、優先的に採択します。採択された事業は、地方運輸局から定期的にヒアリング等を行い、事業実施状況を確認します。詳細については、本説明会「4. 地方運輸局における重要テーマについて」をご確認ください。

◆ 類型・主な支援内容・想定採択件数

類 型	主な支援内容	想定採択件数
新創出型	地域資源を活用した観光コンテンツに関するアイデアをもとに、インバウンドを対象に観光コンテンツの造成に取り組みようとする事業が対象です。これまでの観光コンテンツ造成の経験は問いません。	<u>120～130件</u> <u>程度</u>

◆ 補助額・補助率・最低事業費

類 型	補助額・補助率	最低事業費
新創出型	400万円まで定額 400万を超える部分は 事業費 <u>2,100万円</u> まで補助率1/2	<u>600万円</u>

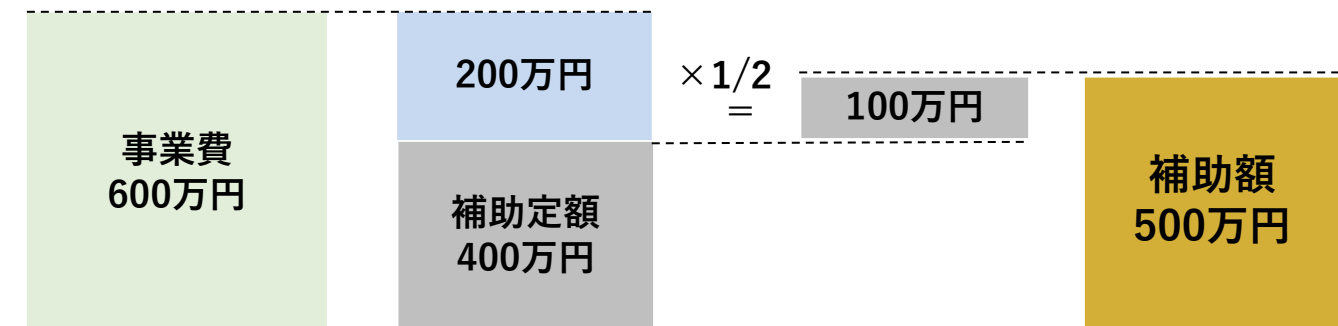
◆ 補助額・補助率のイメージ

▶ 新創出型

例：事業費600万円の場合

定額400万円 + (600万円 - 400万円)

÷ 2 = 500万円 (補助額)



※ 定額補助400万円を超える部分は、事業費2,100万円まで1/2補助です。
最低事業費はそれぞれ600万円となります。

2. 本事業の流れ及びスケジュール

2. 本事業の流れ及びスケジュール（予定）

本事業の流れ	応募申請（※1）	受付開始：令和8年5月29日（金）13時 受付締切：令和8年6月18日（木）12時
	採択通知	令和8年8月上旬
	交付申請に関する資料の提出（※2）	令和8年8月下旬
	補助金交付決定（※3）	令和8年9月上旬～10月目途
	事業の実施（※4）	補助金交付決定後～令和9年2月26日（金）
	完了実績報告書及び精算書類提出	令和9年2月26日（金）まで
	事業終了後の補助事業関係書類保管等（※5）	令和9年2月27日（土）以降

- ※1 応募申請はWebフォームでの電子申請になります。
- ※2 交付申請に関する資料の提出時には、費用積算書の各経費につき、原則として2者以上からの見積書が必要となります。
- ※3 補助金交付決定の後でないと補助事業に着手できません。
- ※4 月次進捗報告書、中間報告書及び最終報告書並びに観光コンテンツタリフ又はOTA向け掲載情報票を提出していただきます。
- ※5 間接補助事業者は、補助事業関係書類を、事業実施期間終了後も5年間保管する必要があります。
（詳細は公募要領参照）

3. 応募資格及び補助内容 並びに採択事業者の選定

◆二次公募における注意事項

- 一次公募に申請され採択となった申請者が同じ内容の事業を二次公募で再度申請することはできません。
なお、一次公募で採択された事業とは異なる内容であれば、二次公募で新たに申請いただくことは可能です。
- 一次公募に申請され不採択となった申請者が二次公募に申請される場合には、改めて事業者登録を行ってください。
なお、一次公募と同じ申請内容とならないよう、事業内容については変更・工夫を加えてください。（応募書類上に一次公募での応募状況および一次公募からの改善点等について記載いただく箇所があります。）
- 6月4日（木）より一次公募時の登録データ（事業者登録、様式1～5）は閲覧や保管ができなくなります。
（申請情報が必要な方は、提出した申請書を印刷いただく等、適宜保管をお願いします。）

3. 応募資格及び補助内容

◆ 概要

▶ 申請にあたっては、以下のいずれか1つの区分を選択する必要があります。

- 区分1：本事業期間内に、観光コンテンツの造成から販売までを目的とした取組を行う事業は、区分1を選択してください。区分1では、造成した観光コンテンツの本事業実施期間内での販売開始及びデジタル上での情報発信等が求められます。
- 区分2：本事業実施期間内に、新たな観光コンテンツの造成及び販路基盤の整備を行い、本事業終了後速やかに販売開始することを目的とした取組を行う事業は、区分2を選択してください。区分2では、必ずしも本事業実施期間内に販売を開始する必要はありませんが、補助対象経費に制約があります。
- 区分3：区分3は、令和6年度補正予算「地域観光魅力向上事業」の「新創成型」で採択された事業と同一の事業（継続事業）の場合に限り申請できます。「地域観光魅力向上事業」の「新創成型」は、当該事業の実施期間内に新たな観光コンテンツの造成及び販路構築を行ない、事業終了後速やかに販売開始することを目的とした取組を実施したものです。この事業で造成した観光コンテンツについて、本事業（観光需要分散のための地域観光資源のコンテンツ化促進事業）により情報発信、販路開拓等を目的とした取組を行う場合には、区分3を選択してください。なお、区分3では、区分1と同様に造成した観光コンテンツの本事業実施期間内での販売開始及びデジタル上での情報発信等が求められます。

区分	取組内容	
	観光コンテンツ造成 販路基盤の整備等	観光コンテンツの販売、 販路開拓、情報発信等
区分1	→	
区分2	→	
区分3		→

3. 応募資格及び補助内容

◆ 応募資格

- 以下の要件をすべて満たす者を、本事業の補助対象事業者とし、その取組み内容を支援します。

応募資格

- 地方公共団体、DMO、観光協会、民間企業等
※法人格を有しない団体は事業実施に必要な運営上の基盤を有する4要件を満たすこと
 - ・ 定款に類する規約等を有すること
 - ・ 団体の意志を決定し、執行する組織が確立していること
 - ・ 自ら経理し、監査する会計組織を有すること
 - ・ 活動の本拠となる事務所等を有すること
- 事業実施の体制がとられており、責任者が配置されていること
- 地域の関係者を含む連携先すべてについて、それぞれの役割分担が明確となっていること
- 自己負担額の担保方法が決められていること
- 本事業期間終了後の事業継続を前提とした体制であること

※観光コンテンツの造成経験は不問

◆補助対象事業

補助対象事業

以下をすべて満たす事業が補助対象となります。

- 地域資源を活用した観光コンテンツに関するアイデアをもとに、インバウンドを対象に観光コンテンツを造成しようとする取組であること（区分3の場合は、前年度事業を継続する取組であること）
- 観光需要を地域的または時間的に分散させる取組であること
- その地域への滞在を促すための体験に関わる消費（コト消費）を生み出す取組であること
- 年間（または特定の季節）を通じ一貫して提供可能な観光コンテンツを造成する取組であること。年に1回または2回の開催に限定されるイベント等（フェスティバルなどの期間限定イベント、特定スポーツの世界選手権等）の開催時にしか提供できない観光コンテンツの造成が主目的の取組は認められません。

◆ 補助要件

補助要件

● 補助金の交付にあたっては、本事業実施期間内に、「区分1」及び「区分3」は以下の①及び②の全ての要件を、「区分2」は以下の①の全ての要件を満たす必要があります。区分により要件が異なるので注意してください。本事業実施機関内に補助要件を満たせなかった場合は、補助金の交付を受けられないことがありますのでご注意ください。

	【区分1】 【区分3】	【区分2】
共通要件	① 共通の補助要件 <ul style="list-style-type: none"> 観光コンテンツタリフまたはOTA向け掲載情報票を作成し、提出すること。 販売を想定した運営体制と販路基盤の整備を完了すること。 	
個別要件	② 区分1及び3の補助要件 <ul style="list-style-type: none"> 造成した観光コンテンツを販売することを必須とし、販売経路に乗せ、観光客が当該コンテンツを購入できる状態とすること。また、販売実績報告書を作成すること。 SNS等を活用してデジタル上へ観光コンテンツについて情報を掲載すること。 	③ 区分2の補助要件 個別要件無し

3. 応募資格及び補助内容

◆ 補助対象経費

	対象経費
① 観光資源を活用した観光コンテンツの造成に係る経費	<ul style="list-style-type: none"> ● 観光コンテンツ、旅行商品等の企画開発 ● ワークショップ、協議会等の開催、観光戦略の策定 ● 専門家からの意見聴取 ● ガイド確保・育成（観光コンテンツに合わせた育成プログラムの設計、実践的研修の実施等） ● 観光コンテンツに付随したイベントの実施 ● 地域事業者等に対するセミナーの開催 ● 造成した観光コンテンツに関するモニターツアーの開催 ● 効果測定に必要な調査 <p style="text-align: right;">等</p>
② 販路基盤整備・情報発信に係る経費	<ul style="list-style-type: none"> ● SNS投稿運用、広告、分析等に係る経費 ● 造成した観光コンテンツを販売するために必要となる写真、ショート動画等、対外的な情報発信のための素材の作成 ● 自社サイトの作成や、AI検索を想定したコンテンツの改善等の情報発信ツールに係る経費 ● 造成した観光コンテンツの販路拡大を目的とした各種メディアを利用した情報発信に係る経費 ● 造成した観光コンテンツに関するファムトリップやインフルエンサーの招聘 ● 商談会への出展に係る旅費。なお真に必要なと認める内容に限る ● OTA掲載、宿泊施設での販売、DMCへの営業など、販路開拓にかかる経費 <p style="text-align: right;">等</p>
③ 備品の購入・設備の導入に係る経費	<ul style="list-style-type: none"> ● 観光コンテンツの造成等に必要となる備品の購入や設備の導入等。なお、観光コンテンツの提供にあたり、省力化、省人化、利便性向上等に資するシステム、例えば観光コンテンツやガイドの予約管理等の構築・整備に係る費用を含む（真に必要な不可欠で事業終了後の自立的な事業継続に必要なものに限る）

※「区分2」は、①観光資源を活用した観光コンテンツの造成に係る経費を事業費の50%以上とする必要があります。

◆補助対象外経費

▶ 以下の経費は補助対象となりません。

- 本事業に直接関係のない経費
- 交付決定前に発生した経費
- 完了実績報告書の提出以降に支払いが行われる経費
- 新たな観光コンテンツの造成を伴わないイベント開催に要する運営経費
- 補助対象事業者における経常的な経費
（運営に係る人件費及び旅費、事務所等に係る家賃、保証金、敷金、仲介手数料、光熱水費並びに通信料等）
- 補助対象事業者における常勤職員の賃金・通勤費等人件費
- 旅行者が受益する、景品の購入や割引に係る経費
- 補助対象事業者の会食費、弁当代等の飲食費
- 本事業における資金調達に必要となった利子
- モニターツアー参加者の実施場所への旅費
- 工事費（観光コンテンツの実施に必要と認められる備品の設置工事等を除く） 等

▶ 補助対象外経費は、本事業の内容や性質等を踏まえて個別に定めております。そのため、他の補助事業や過年度に実施した同種・類似の補助事業において補助対象となっていた経費であっても、本事業では補助事業とならない場合がありますので、ご注意ください。

3. 応募資格及び補助内容

◆ 補助対象経費の精算

- ▶ 本類型の実施期間は、補助金の交付決定日から遅くとも令和9年2月26日（金）までです。この実施期間内に、観光コンテンツ造成等の具体的な事業を実施してください。その上で、全ての精算書類（関係各社への支払に係る証憑書類を含む）を提出し、事務局の承認を受けた上で、遅くとも令和9年2月26日（金）までに、完了実績報告書の提出を済ませるようお願いします。
- ▶ 本事業実施期間内に補助要件を満たせなかった場合、完了実績報告書を提出しなかった場合、補助事業を完了できなかった場合等、本公募要領が定める内容を達成できない場合は、補助金の交付を受けられないことがありますのでご注意ください。

◆ 留意点

- ▶ 天変地異等の予期できない事業外の事由により、事業の一部又は全部が実施できなくなる場合が生じることが考えられますが、事業開始後にこれらの事由が発生した場合のキャンセル料等の経費も対象とします。
- ▶ 「補助対象事業の交付決定前に契約が行われる、または、完了実績報告書の提出以降に支払いが行われる経費」については計上が認められません。
- ▶ 補助対象経費は、本事業の内容や性質等を踏まえて個別に定めております。そのため、他の補助事業や過年度に実施した類似の補助事業において補助対象となっていた経費であっても、本事業では補助対象とならない場合がありますので、ご注意ください。
- ▶ 補助対象事業の全てを一者へ委託することはできません。ただし、業務を分割することが非合理であると認められる場合において、プロポーザルによる公正な手続きを経て最適な事業者が選定され、かつ実施主体が事業の企画・統括・責任を主体的に担うことが確認できる場合は、この限りではありません。

3. 採択事業者の選定

●選定委員会において、下記の「審査の観点」に基づいて総合的に評価を行った上で選定を行います。

▶ 観光地域づくりへの寄与

- ・地域の産業など地域の関係者や事業者を巻き込んだ取組であり、観光地域づくりに貢献するものであること。
- ・地域への裨益および経済波及効果の高い魅力的な観光コンテンツに磨きあげるものであること
(域内調達率が高いものであること)

▶ 新規性

- ・これまで活用できていなかった地域の観光資源を新規に活用し、あるいは、既存の観光資源に新たな価値を付加することで、新たな観光コンテンツを造成するものであること

▶ 地域独自性

- ・単に地域の観光資源を活用するものではなく、地域独自の自然、歴史・文化や、暮らし等その地域ならではの要素を踏まえた独自性のある観光コンテンツを造成するものであること
(他の地域との差別化が図られているものであること)

▶ 具体性・計画性

- ・事業の目標や達成方法、事業費の内訳等を具体的に定めた上で、観光コンテンツの内容及び造成・販売の計画が事業期間中又は将来の継続的な販売を実現するために十分な具体性と計画性を有していること

▶ 具体性・計画性（続き）

- ・ 観光客の体験価値の向上を重視したマーケットインの発想に基づき、明確なターゲット層を設定のうえ、需要に即した観光コンテンツを造成し販売することを目指すものであること

▶ 実施体制・持続性

- ・ 将来の継続的な販売に向け、地域に根差した事業者等による事業運営に必要な体制が構築されていること
- ・ 造成した観光コンテンツを販売する（予定の）事業者が明らかとなっているものであること（試行的に観光コンテンツを造成してモニターツアーをするまでにとどまるような、当初から販売する予定のないものは認められません。）

▶ 収益性

- ・ 販売価格、コスト管理、販路等が具体的に計画されており、継続的な運営が可能となる十分な収益性が期待できること
- ・ 将来的に収支バランスを鑑みた収益を上げることができ、自走できうるものであること（補助金がなければ販売することができない採算度外視の観光コンテンツの造成は原則認められません。）

なお、区分3で提出された内容については、審査の観点から、令和6年度補正予算「地域観光魅力向上事業」での取組の実績も踏まえて審査します。様式1に入力箇所がありますので、成果と実績を記載ください。

3. 採択事業者の選定

- 以下の記載がある場合は加点要素となります。
 - 観光コンテンツの造成および販売開始後においても継続的に観光コンテンツの供給が行われるような省力化、省人化等の取組が行われること（業務の標準化、平準化、AIチャットの導入による顧客対応など）
 - 持続可能な観光地域づくりに資する効果的な取組が行われること（実施主体又は連携先が「持続可能な観光」に係る国際基準に準拠していること等を確認します。）
 - クールジャパン戦略会議が選定した「コンテンツ地方創生拠点」において推進されている取組であること。（選定結果一覧） https://www.cao.go.jp/cool_japan/000124536.pdf
 - 広域連携DMOが策定する広域連携観光戦略に基づき作成された実施計画に位置づけられた取組であること。
- 個別の審査結果に関するお問合せにはお答えできません。
- 募集締切後に、必要に応じて、申請者等に対してヒアリング等を実施する場合があります。

4. 地方運輸局における重要テーマについて

実施主旨

二次公募では、地方運輸局がその地域において推進する重要テーマに合致する事業については審査の際に勘案し、優先的に採択します。優先的に採択された事業は、地方運輸局から定期的にヒアリング等を行い、事業実施状況を確認します。

各地方運輸局の設定する重要テーマは次ページのとおりです。

(1) 北海道運輸局

テーマ

1. 初冬の静寂を価値として捉え、星空・温泉・文化等を生かした滞在型観光コンテンツ
2. 北海道の雪・氷・寒さなどの冬の資源を活用した感動体験

概要

1. 初冬前後の時期に着目し、静寂（混雑の少なさ）を価値として捉え、星空、温泉、文化など多様な地域資源を活かした滞在型観光コンテンツを創出・造成する。
2. 北海道の冬の多様な魅力を道内各地に広げ、訪日客に非日常体験を提供しつつ地域偏在の是正と持続的発展を図る取組を支援する。

なぜ今、①初冬・②冬の観光コンテンツ造成に取り組むのか

現状・課題

- ・北海道の訪日外国人延べ宿泊者数は、月別で明確な繁閑差がみられる
- ・さらに、需要は特定の地域（道央圏）に集中している



観光需要の時期・地域偏在を是正するため、
季節間の平準化と広域的な分散化が必要

課題を踏まえた取組の方向性

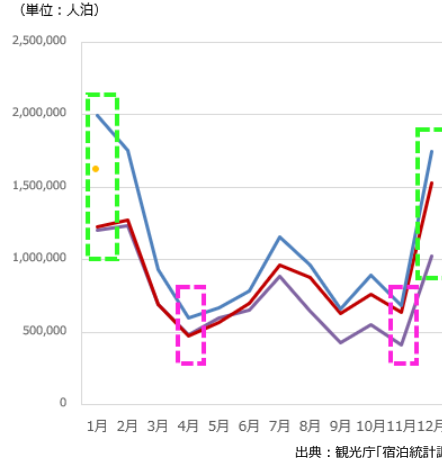
① 初冬の静寂を価値とした滞在型観光コンテンツ －「人が少ない」を強みに変える取組－

- 価値転換の視点
 - ・人が少ない = 静寂・没入感・贅沢な時間
 - ・混雑がない = 星空・温泉・文化体験に最適
- ▶ 初冬だからこそ可能な時間の過ごし方に付加価値をつける
- 取組事例（閑散期である11月を想定）
 - ・喧騒から離れた静寂な環境の中で心身をリセットする体験コンテンツ
 - ・文化・自然・旬の食材等を組み合わせ、初冬期ならではの過ごし方を提案する滞在型観光コンテンツ

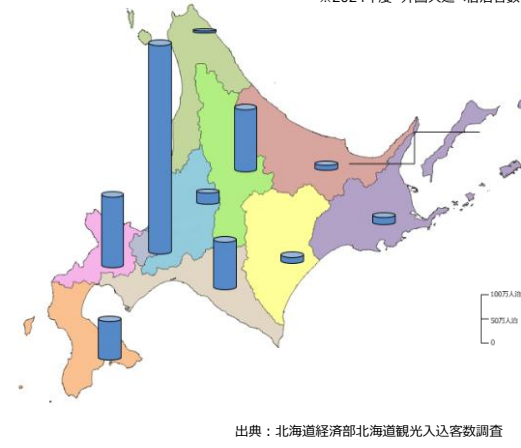
目指す姿

- ・閑散期・地方における新たな観光の柱づくり
- ・単発イベントではなく、地域に根付く観光コンテンツの創出

道内月別延べ宿泊者数（外国人のみ）



外国人延べ宿泊者数 地域偏在（外国人）



② 雪・氷・寒さを活かした冬の感動体験コンテンツ －「冬の自然環境」を非日常体験に変える取組－

- 価値転換の視点
 - ・雪・氷・寒さ = 五感に残る非日常体験
 - ・地域に広がる冬の資源 = 新たな体験フィールド
- ▶ 北海道ならではの冬の魅力を活かした感動体験へ転換し、道内各地への誘客分散を実現
- 取組事例（積雪・厳冬期を含む冬季全般を想定）
 - ・雪・氷・寒さや、そのストーリーの魅力に触れることのできるその地域でしか体験できないコンテンツ
 - ・冬の自然環境や地域の暮らし・産業を題材とした探究・学習要素を入れた体験コンテンツ

地域資源を生かした北海道観光の持続的な発展

(2) 東北運輸局

テーマ	雪をテーマとした「非日常」を体験できる新たな観光コンテンツ
概要	東北ではスノーシーズンは訪日客が比較的多い一方、東北域内での観光需要分散が課題である。本テーマでは従来型スノーリゾートだけではない、雪を軸にした「非日常」で「尖った体験」を創出し、域内分散を促し、観光消費額を上げる事業を支援する。

東北運輸局

雪をテーマとした「非日常」を体験できる新たな観光コンテンツ

A 〈「誰を」「どう」動かすか動線設計〉イメージ

(1) スノーリゾートを旅の目的として来訪した旅行者を造成するコンテンツへ誘導し、近隣地域への需要分散へとつなげる



(2) 東北域外から造成するコンテンツへ誘導し、地域への分散へとつなげる

B 〈非日常〉イメージ

- ・環境（極寒・雪原・静寂等）
- ・行為（普段やらないこと・不自由さ等）
- ・感情（畏敬・達成感等）

C 〈尖った体験〉イメージ

- ・一言で説明できる体験
- ・人に話したくなる体験
- ・自己の変化や没入感を伴う体験

期待される効果

- ・観光消費額が上がる
- ・地域観光需要が分散
- ・滞在延長に寄与
- ・地域への経済波及効果がある

(3) 関東運輸局

テーマ

1. 江戸街道プロジェクトに関連するコンテンツ
2. 「GREEN」をテーマとしたコンテンツ

概要

1.当局で取り組む「江戸街道プロジェクト推進ビジョン2025」※に基づき、地域に点在する観光資源を「江戸街道」という統一テーマによってブランディングし、広域関東エリアへの誘客につなげる。

※<https://www.tb.mlit.go.jp/kanto/content/000371502.pdf>

2.「GREEN×EXPO 2027」開催を契機に「GREEN」※をテーマとする観光資源の掘り起こしを行い、広域関東エリアへの誘客につなげる。

※「植物」、「花」、「緑」を総称し、「自然」、「環境にやさしい」という意味

関東運輸局

1. 江戸街道プロジェクトに関連するコンテンツ

(1) テーマ性

- ①江戸街道プロジェクト推進ビジョン2025において、積極的に発信するとしている、次のいずれかのテーマに沿っていること
 - i) 庭園 (GREEN)
 - ii) 酒蔵 (酒蔵巡りや伝統的な酒づくり)、食 (食文化)
 - iii) 温泉 (温泉文化)

(2) ターゲット設定

- ①次のいずれかのターゲット層に向けた事業であること
 - i) コアターゲット
「江戸」に関連した歴史や伝統に高い関心がある層/既に定番の歴史観光資源を訪れ、その他の地域の歴史文化にも触れたい、新しい体験をしたい層
 - ii) メインターゲット
歴史や伝統に好意的で、興味があり、旅行において歴史や伝統も楽しみたい層
 - iii) サブターゲット (アクティブシニア・ビークルユーザー)
歴史自体に興味は薄く、それ自体を旅行目的としないが、旅行者のやりたいことが、温泉や食・酒といった誘客の切り口となるテーマと合致する場合に、導線設計により歴史につながる層
- ②欧米豪または台湾市場をターゲット市場としていること

(3) 事業実施による地域への波及効果

- ①観光を横串にした地域の課題解決、地域の活性化、付加価値の向上による地域への還元、持続可能な観光の確立が期待される事業であること
- ②旅行者に対して付加価値の向上した旅行の提供による新しい価値の提供が期待される事業であること

2. 「GREEN」をテーマとしたコンテンツ

(1) GREEN×EXPO 2027との整合性

- ①事業内容が基本計画で示される理念やテーマと整合していること。
具体的には具現化するための切り口として設定されている次のサブテーマと整合していること
 - i) 自然との調和
 - ii) 緑や農による共存
 - iii) 新産業の創出
 - iv) 連携による解決

(2) 具体性・先進性

- ①「GREEN」が具体的な事業内容として落とし込まれていること
- ②花・緑・農・食・里山等を活かした体験型事業であること
- ③環境負荷低減 (脱炭素、資源循環等) への具体的配慮があること

(3) 持続可能性

- ①一過性のイベントではなくGREEN×EXPO 2027終了後もレガシーとして継続可能な事業であること



EDO SHOGUN ROADS

(4) 中部運輸局

テーマ

訪日ビジネス客の消費促進に資するコンテンツ

概要

特に海外の経営者層や管理職をターゲットに、日本のものづくりを支える中部地域の高度な技術力を体感できる産業・技術体験や、ターゲットに響く価値の高い伝統文化体験を創出・造成し中部エリアにおける消費や地域周遊を促す。

中部運輸局 観光部 観光地域振興課

テーマ：訪日ビジネス客の消費促進に資するコンテンツ

◆テーマ設定の背景及び課題について

愛知県をはじめ、中部地域は自動車や航空機といった製造業を中心に産業集積地となっており、海外からのビジネス来訪が多い地域である。訪日ビジネス客は観光客と比較して消費単価が高い一方、中部地域内では滞在・消費する行動が十分に定着しておらず、ビジネスユース以外の時間を当該地域で過ごす機会が限定的である状況があり、観光・体験・飲食など域内消費されていない、あるいは機会流出に繋がっていることが課題として考えられる。

※令和7年度中部運輸局にて「中部地域におけるビジネス訪日客による消費・周遊促進に向けた調査・戦略策定事業」を実施

◆募集するコンテンツについて

ビジネスで日本を訪れる海外の経営者層や管理職をターゲットに、日本のものづくりを支える中部地域の高度な技術力を体感できる産業・技術体験や、ターゲットに響く価値の高い伝統文化体験を創出・造成し中部エリアにおける消費や地域周遊を促すコンテンツ。

◆募集するコンテンツのポイント

※詳細は「中部地域におけるビジネス訪日客による消費・周遊促進に向けた調査・戦略策定事業」戦略を参照

○ビジネス訪日客の需要に見合うと考えられるコンテンツの要素

- ・訪日ビジネス客の訪問目的に応じて、そのニーズや行動様式を把握し、コンテンツを造成する。
- ・コンテンツの分野：産業観光・テクニカルビジット/日本食/ショッピング・繁華街の街歩き/自然・景勝地観光/温泉 美術館・博物館・動物園・水族館 等
- ・コンテンツの特徴：「特別感・独自性(日常や他の地域では体験できない内容)」、「希少性(まだ市場ではあまり出回っていない)」

◆イメージ



ガイド付き歴史史料館訪問



ものづくり技術体験(鍛冶文化)



伝統工芸体験(機織)



伝統芸能体験及びバックヤードツアー

(5) 北陸信越運輸局

テーマ

1. 能登半島地震からの能登半島地域の復興に資するコンテンツ
2. 国際的スノーリゾートエリアである新潟県、長野県における通常需要喚起（グリーン期強化対策）に資するコンテンツ
3. 観光客集中地域から地方部への分散、その受け皿機能としての観光の交通空白の解消に資するコンテンツ
4. 世界遺産登録後の佐渡における需要喚起に資するコンテンツ

概要

管内へのさらなるインバウンド来訪を促進するため、北陸信越地域が有する豊かな自然環境や歴史・文化資源を一層活用した取組を推進することで、地域観光の持続的発展を実現する。

北陸信越運輸局

北陸信越地域が直面する観光の課題

- ①能登半島地震からの能登半島地域の復興に資するコンテンツ
- ②観光客集中から地方部への分散、その受け皿機能としての観光の交通空白の解消に資するコンテンツ
- ③世界遺産登録後の佐渡における需要喚起対策に資するコンテンツ
- ④国際的スノーリゾートエリアである新潟県、長野県における通常需要喚起(グリーン期強化対策)に資するコンテンツ

課題が顕在化している具体局面

①能登半島地震からの能登半島地域の復興に資するコンテンツ

○今般の地震で被害を受けた観光地全体の復興のためには、施設の復旧・事業継続等の措置に加え、観光施設・宿泊施設等が一体となった観光地の復旧・地域の魅力向上のための取組が必要であり、復旧後の誘客促進を図るためのコンテンツ造成が必要。

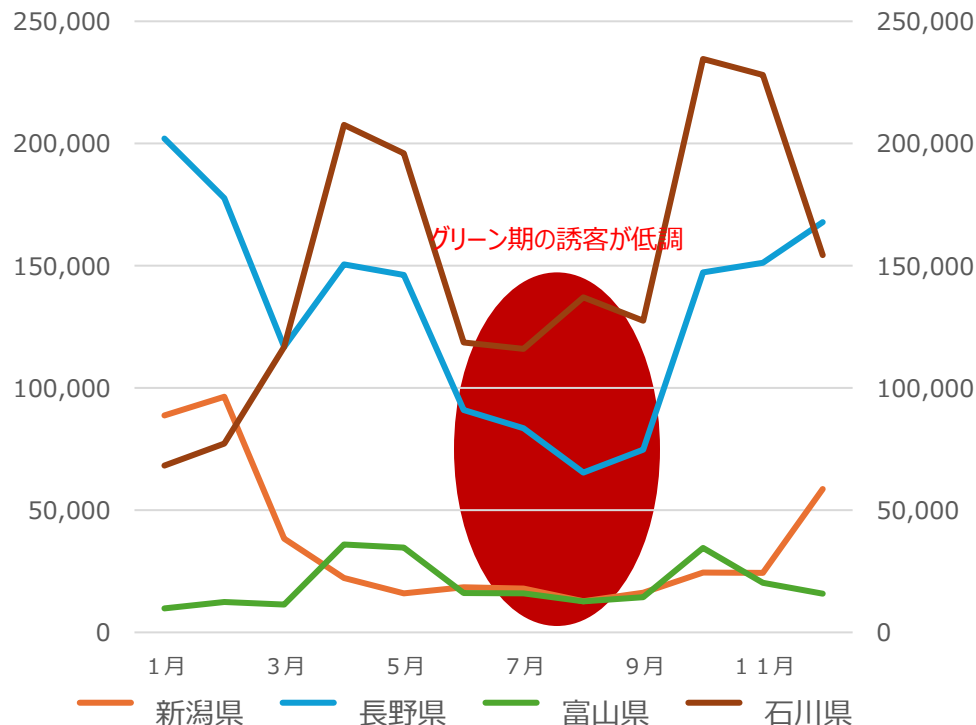
②観光客集中から地方部への分散、その受け皿機能としての観光の交通空白の解消に資するコンテンツ

○観光需要が特定の時期やエリアに集中する傾向が見られる中、北陸地域では地方部に多様な観光資源が存在する一方、観光客が利用しやすい交通手段や二次交通が十分に整っておらず、受け入れの制約となっている。観光需要の分散を図るためには、地方部への円滑な来訪や周遊を可能とする移動環境を確保するとともに、交通空白の解消そのものを観光体験として捉えた仕組みづくりが必要である。

③世界遺産登録後の佐渡における需要喚起対策に資するコンテンツ

○佐渡の魅力を国内外へ広く発信するため、デジタル媒体の活用、プロモーション施策の強化、多様なチャネルを活用した認知拡大の取組が進められているものの、さらなる誘客につなげていくことが課題となっている。
○穏やかな海岸線、温泉、豊かな海の幸といった自然の魅力に加え、佐渡金山の歴史的価値(ユネスコ世界遺産)や伝統的な「たらい舟」など、ここでしか体験できない文化と暮らしが評価されている中、世界遺産登録という新たな契機を活かし、これまでの回復基調を一段階引き上げるための需要喚起が求められている。

④国際的スノーリゾートエリアである新潟県、長野県における通常需要喚起(グリーン期強化対策)に資するコンテンツ



出典：観光庁 宿泊旅行統計調査参考第1表（1月-12月）

【概要】

- 各県とも、夏期(7~8月)周辺で需要が相対的に低下。
- 特に長野県・新潟県では、冬季と比べてグリーン期の需要水準が低い。
- この傾向は一時的なものではなく、年間を通じた構造的な特徴として示されている。

→北陸信越地域においては、観光産業の持続可能性を踏まえた需要の平準化が課題であり、地域が有する多様な魅力を活かしながら更なる来訪需要の取り込みに向けた通年での誘客が重要である。

【総括】

以上のとおり、本事業は、北陸信越地域においては、災害からの復興、観光需要の集中・偏在、世界遺産登録に伴う需要変動、さらには国際的スノーリゾートエリアにおける通常期需要の喚起など、複数の観光課題が同時に顕在化している。こうした地域ごとの課題に対応し、観光需要の分散を図るとともに、地域観光資源の魅力を高めるコンテンツの創出を通じて、持続的な観光の実現につなげることを目的として実施するものである。

(6) 近畿運輸局

テーマ

1. ワールドマスタースゲームズ2027KANSAI/JAPANに関連する観光コンテンツ
2. 鉄道・MaaSと連携した観光コンテンツ

概要

1. 本大会は国内外から多数の参加者・同伴者が来訪する世界的スポーツイベントであり、開催地と連動した観光コンテンツの造成により、広域周遊や消費拡大、需要分散につながる持続的な観光需要の創出を図る。
2. 鉄道やMaaSを起点に、二次交通や地域周遊を意識した観光コンテンツの造成を促進し、公共交通を活用した広域周遊と地域内消費の拡大につなげる取組を重点的に支援する。

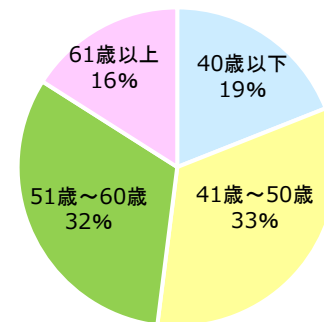
近畿運輸局

- ① ワールドマスタースゲームズ2027KANSAI/JAPAN
- ◆ 本大会の開催地やその周辺地域の多様な魅力に触れる観光コンテンツの造成を通じて、【周辺地域への周遊】【来訪者の滞在時間の延長や消費の拡大】を図る。
- ◆ 大会終了後も利用される観光コンテンツとして定着させる。

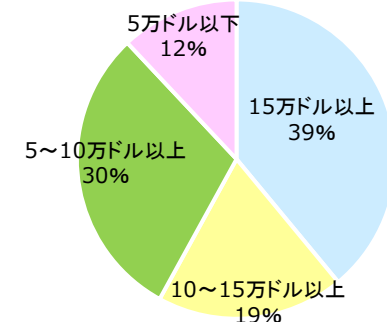
- ② 鉄道・MaaSと連携した観光コンテンツの造成
- ◆ 鉄道駅の拠点性やMaaSによる利便性を活かした【二次交通の確保維持】【地域周遊】が期待される観光コンテンツの造成を促進する。
- ◆ 鉄道駅等の交通結節点やMaaSの仕組みと、観光施設、宿泊施設、飲食店、体験プログラム等を結びつけた周遊モデルを構築し、地域内での回遊性を高め、特定の観光地への集中を避けながら、周辺地域への流れを広げることで、地域全体での消費拡大につなげる。

WMG参加者の属性
 平均滞在日数 15.8日
 同行者数 2名

年齢分布



世帯収入分布



(7) 中国運輸局

テーマ

神話や棚田など文化・自然と調和するコンテンツを活かしたアドベンチャー
ツーリズム

概要

中国地方は、多様な自然と神話・歴史・生活文化が県域を越えて息づくエリアである。その中で、山陰と山陽の多層的な地域性を踏まえた、文化・自然と調和したコンテンツを活かしたアドベンチャーツーリズムを最重要コンテンツとして支援する。

中国運輸局

神話や棚田など文化・自然と調和するコンテンツを活かしたアドベンチャーツーリズム

中国地方には、多様な自然と神話・歴史・生活文化が、県域を越えて息づくエリアであることから、広域的な視点でアドベンチャーツーリズムに取り組むことができるポテンシャルを有しています。中国運輸局では、2年間にわたって中国地方のアドベンチャーツーリズム推進事業に取り組んできており、中国地方全体で人と情報をつなぐ「プラットフォーム」も軌道に乗ってきたところです。**山陰と山陽の多層的な地域性を踏まえながら、文化・自然の調和を活かしたアドベンチャーツーリズムコンテンツ**についてご提案いただける事業者様を支援していきたいと考えています！

※アドベンチャーツーリズムとは・・・

「自然」、「アクティビティ」、「文化体験」の3要素のうち2つ以上で構成される旅行を指します。旅行者は、旅行を通じて自分自身の変化や視野の拡大、学び等を得ることを目的としており、個々のコンテンツの質の高さは当然として、旅行者それぞれの興味・関心に応じたテーマ・ストーリー性のある滞在プランなど、その地域ならではの体験を求めていることが特徴です。



(8) 四国運輸局

テーマ

サイクリングを活用した四国ならではの周遊・滞在型観光コンテンツ

概要

四国の多様な地域資源を活かし、サイクリングを軸とした観光コンテンツの創出を推進する。世界最大級の自転車国際会議「Velo-city 2027 Ehime」の開催や大鳴門橋自転車道整備を契機に、「サイクリングアイランド四国」としての魅力を生かした各地での滞在や消費につながる取組を通じ、地域分散と持続的な誘客を図る。

4. 地方運輸局における重要テーマについて

(8) 四国運輸局

背景

- ・四国は、海・山・川・島といった多様な地域資源が各地に点在
- ・比較的交通量が少ないことや多数のエリアでサイクリング道が整備されていること、また二次交通が不足しているという観点からもサイクリングと親和性の高い地域特性

四国を取り巻くサイクリングに関する話題

- ・自転車に関する世界最大級の国際会議Velo-cityが日本で初めて2027年5月に愛媛県にて開催
- ・徳島県鳴門市と兵庫県淡路島を結ぶ大鳴門橋の自転車道が2027年度の完成を目指して整備中

「サイクリングアイランド四国」
としての機運が高まっている



募集するコンテンツ

サイクリングを軸として四国の多様な地域資源を活かした観光コンテンツ

重視する点

- ・サイクリングを通じた四国ならではの体験となっているか
- ・四国の消費額向上に繋がるか
- ・四国内における需要の地域分散が図れるか
- ・インバウンド旅行者に対して魅力的な内容となっているか



(9) 九州運輸局

テーマ	九州の美しい桜と本物の日本文化に没入する旅
概要	美しい桜と九州ならではの食、歴史・文化、ウェルネスをかけあわせたコンテンツ造成を支援する。例えば、複数の桜の名所や地域資源を繋いだ滞在型コンテンツにすることで、インバウンドの長期滞在や消費拡大をより一層促進する。※

※本事業では、事業の実施は2月末までとなっています。例えば、造成したコンテンツのモニターツアーについて、本事業においては、一般的な桜の開花時期での実施は困難ですので、ご注意ください。

九州運輸局

テーマ：九州の美しい桜と本物の日本文化に没入する旅

- ・九州各地の桜の名所と、その地域の観光資源を活用した体験コンテンツを一体化することで、九州の桜を本物の日本文化の体験の入り口にする。
- ・造成する体験コンテンツは、その地域ならではの食や歴史・文化などを活用したものとし、また、可能な限り複数の桜の名所と体験コンテンツを繋ぎ合わせる。

- ・桜の開花時期を見据え、発信力のあるインフルエンサー招請による情報発信の準備・仕込みを想定。Instagramを中心としたSNSでの発信に加え、Google上に足跡を残す取組を期待。
- ・なお、一般的な桜の開花時期での情報発信の実施は、本事業の対象外であるため、あらかじめその点を踏まえた事業を検討のうえ、申請いただきたい。

(以下事業イメージ参照)

～事業イメージ（例）～

※本事業の範囲外（手出し）※



- ・コンテンツ造成
- ・販路基盤整備
- ・インフルエンサー招請による情報発信
→SNSに加えGoogle上に足跡を残すことで情報を資産化



- ・インフルエンサー招請による情報発信
→SNSに加えGoogle上に足跡を残すことで情報を資産化

交付決定
(R8.9月上旬～10月メド)

事業期間終了
(R9.2月)

桜の開花時期
(～R9.3月下旬)

(10) 沖縄総合事務局

テーマ

首里城正殿完成を契機とした広域周遊を促進するコンテンツ

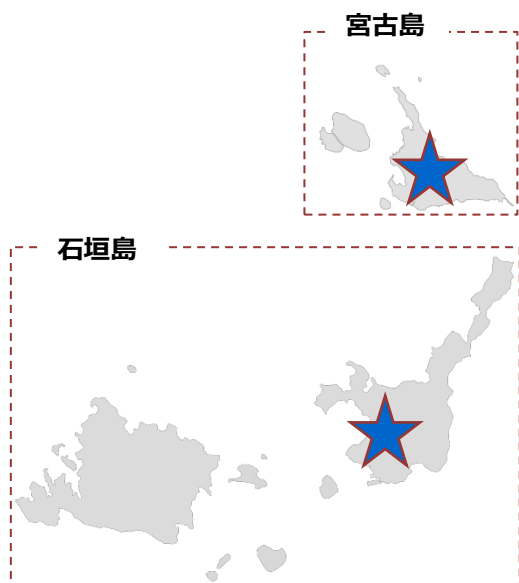
概要

今年度、首里城正殿の完成・一般公開が予定されており、今後、国内外からの来訪者の増加が見込まれる。こうした中、首里城に一極集中とならず、離島を含めた県内全域に首里城正殿の完成の効果を裨益させるため、広域周遊を促進するような取組の創出を目指す。

沖縄総合事務局

首里城正殿完成を契機とした広域周遊の促進

首里城以外の「世界遺産・日本遺産」にフックさせる形で首里城以外のエリアにも誘客を促すコンテンツや、沖縄特有の「歴史・食文化・伝統芸能・伝統工芸」等のソフトパワーを生かしたストーリー性の高いコンテンツを中心に、観光需要の集中を緩和し**広域周遊の促進に資する内容**であって、観光満足度の更なる向上（地域内観光消費額の増加）や沖縄県へのリピート率の伸長（持続的な観光）等に繋がるような新たなコンテンツの提案を期待する。



- 【世界遺産】**
今帰仁城跡、座喜味城跡、勝連城跡、中城城跡、斎場御嶽、首里城跡、識名園
- 【日本遺産】**
琉球王国時代から連綿と続く沖縄の伝統的な「琉球料理」と「泡盛」、そして「芸能」（沖縄県（那覇市、浦添市）30の文化財で構成）
- 【伝統工芸品】**
焼物、染織物、漆器、琉球ガラス、三線

4. 地方運輸局における重要テーマについて

◆各地方運輸局のお問い合わせ先

- 各運輸局における重要テーマにつきましては、以下各運輸局にお問い合わせください。
- お問い合わせの際は先ず、「コンテンツ化促進事業重要テーマについて」とお申し出いただくようお願いいたします。
- 各運輸局における重要テーマ以外につきましては、事務局へお問い合わせください。

運輸局名	担当部課名	連絡先電話番号	開設時間	閉庁日
北海道運輸局	観光部 国際観光課	011-290-2723	8:30~12:00 / 13:00~17:15	土・日・祝日
東北運輸局	観光部 観光地域振興課	022-380-1001	9:00~12:00 / 13:00~17:45	
関東運輸局	観光部 国際観光課	045-211-7273	8:30~12:00 / 13:00~18:15	
中部運輸局	観光部 観光地域振興課	052-952-8009	9:00~11:45 / 13:00~17:30	
北陸信越運輸局	観光部 国際観光課	025-285-9181	8:30~12:00 / 13:00~17:15	
近畿運輸局	観光部 観光地域振興課	06-6949-6411	9:00~11:45 / 13:00~17:30	
中国運輸局	観光部 観光地域振興課	082-228-8703	8:30~12:00 / 13:00~17:15	
四国運輸局	観光部 観光地域振興課	087-802-6737	8:30~12:00 / 13:00~17:15	
九州運輸局	観光部 国際観光課	092-472-2335	8:30~12:00 / 13:00~17:15	
沖縄総合事務局	運輸部 観光課	098-866-1812	8:30~12:00 / 13:00~17:15	

5. 申請手続について

5. 申請手続について

◆ 提出資料

- 申請にあたっては、申請ページにおいて事業者登録が必要となります。
- 申請者は締切までに、以下の提出資料をすべて本事業サイトの申請ページより提出してください。
- 締切時刻直前は申請ページのアクセスが込み合う恐れがあります。締切直前の提出は極力避けるようにご注意ください。

提出資料名	様式	提出方法
事業計画書	様式 1	Webフォーム上にて直接入力して提出
費用積算書	様式 2	Webフォーム上にて直接入力して提出
事業実施スケジュール	様式 3	Webフォーム上にて直接入力して提出
事業概要	様式 4	PowerPoint形式で作成、申請ページにて提出
連携先の同意書	様式 5	PDF形式で申請ページにて提出（押印または文書番号が必要）
プレゼン動画	—	2分以内の動画をMP4形式で申請ページにて提出
申請する実施主体の、直近過去3年分の財務諸表及び事業報告書	—	地方公共団体が申請する場合は提出不要 法人格を有しない団体は、財務諸表及び事業報告書に代え、同等の内容が確認できる書類を提出することでも可

留意点

- ▶ 提出書類のうち、「連携先の同意書」の提出には、押印（公印、職印等）が必要です。地方公共団体においては、文書番号の記載でも可とします。
- ▶ プレゼン動画の内容は、実施主体による事業に対する意気込みや具体的な目標等に関するプレゼンテーションとし、実施主体の代表者または担当者が説明者となり、動画内に映るように撮影してください。資料の挿入等は不要で、撮影はスマートフォン等によるもので構いません。また、ファイル形式や解像度及び容量の規定、撮影上の注意事項がありますので、公募要領をご確認ください。
- ▶ 提出書類や交付決定後の報告資料等に記載する文言や掲載する写真は公表可能なものを使用してください。特に写真は、著作権及びその他関連の権利等の問題が生じないよう公表可能なものを使用してください。

よくあるお問い合わせ・申請上の注意点

内 容 **実施主体の事業委託について**

対 応

事業の一部を委託事業者に委託することは可能ですが、原則として事業の全体を1者に委託することは認められません（ただし、プロポーザルの実施等の方式を用いて委託される場合は、この限りではありません）。委託事業者の数に特段の定めはありませんが、実施主体が主体的・中心的な役割を担い事業を実施することが求められます。

内 容 **関係会社の利益排除の考え方について**

対 応

実施主体による経費の支出先に実施主体自身や、利益等排除の対象となる関連会社を含む場合には、利益等排除の処理を行う必要があります。

内 容 **本事業の結果により収益が生じた場合の対応について**

対 応

「補助金等に係る予算の執行の適正化に関する法律」等の規定により、事業の結果により収益が生じた場合には、収益金の一部又は全部に相当する額を国庫へ返納していただく場合があります（これを「収益納付」と言います）。本事業では、事業完了時まで直接生じた収益金について、補助金交付時に、交付すべき金額から相当分を減額して交付する取扱とします。

よくあるお問い合わせ・申請上の注意点

内 容 **連携先の同意書について**

対 応 連携先の同意書（様式5）は、連携先すべて（地方公共団体含む）について提出が必要です。同意書には連携先の押印が必須となります。地方公共団体については、押印または文書番号での提出が可能です。なお、連携先ではない地方公共団体からの同意書は不要です。

内 容 **同意書を手交した連携先が採択後に連携不可になった場合の対応について**

対 応 同意書は、「地域の関係者を含む連携先の役割分担が明確となっていること」を確認した書面になります。採択後に、同意書を提出した事業者を含まずに進行することについては、事業の変更となりますので、事務局へ変更届を提出し、承認を得ていただく必要があります。

内 容 **一次公募に応募して不採択だった事業者の二次公募申請について**

対 応 一次公募で不採択の場合でも、計画の改善を行ったうえで、再度ご応募いただくことが可能です。なお、申請様式に一次公募からの変更点がありますので、本事業サイトにてご確認ください。

よくあるお問い合わせ・申請上の注意点

内 容

一次公募で不採択となった事業について、事業計画の改善を行ったうえで二次公募に応募する場合の同意書の取得について

対 応

二次公募では計画の改善を行った上で申請いただくため、必ず連携先には計画の内容を説明し、同意を取っていただく必要があります。そのうえで、同意書の内容に変更がない場合には、一次公募で提出した同意書を提出することも可能です。

内 容

新規設立法人による公募申請について

対 応

新規設立法人による申請は可能ですが、公募申請時に設立されていない実施主体は、応募資格を満たしていないため申請することはできません。

内 容

費用積算書の各費目単価の目安について

対 応

すべての経費は、その内容の詳細がわかるように詳細に記載してください。目安として、各経費の単価が50万円以内となるように役務の内容等を細分化して記載してください。また、数量・単位を「一式」や「等」にまとめて記載しないようご注意ください。

重要説明事項（抜粋）

▶ **補助事業の内容等を変更する際は、事前の承認が必要です。**

補助事業は、交付決定を受けた内容で実施いただくものですが、補助事業を実施する中で、交付決定を受けた金額の範囲内で補助対象事業の内容（軽微な変更を除く）を変更する際には、変更に係る発注・契約・支出行為前に所定の「変更交付申請書」を提出し、変更交付決定を受ける必要があります。内容によっては、変更が認められない可能性がありますので、ご注意ください。

▶ **補助対象経費により取得した財産は管理が必要です。**

補助対象経費（補助事業の一部を第三者に実施させた場合における対応経費を含む。）により取得し、又は効用の増加した財産（以下「取得財産等」という。）については、補助事業の完了後においても、善良な管理者の注意をもって管理し、補助金交付の目的に従って、その効率的運用を図らなければなりません。また、単価10万円(税抜き)以上の取得財産等については、取得財産等管理台帳を備えるものとし、処分を承認された財産を除き、一定の期間が終了するまで管理しなければなりません。

5. 申請手続について

重要説明事項（抜粋）

▶ **所定の取得財産等の目的外使用、譲渡、担保提供、廃棄等の処分には制限があります。**

単価50万円(税抜き)以上の機械装置等の購入等、告示（平成22年国土交通省告示第505号）により定められたものについては、「処分制限財産」に該当し、補助対象設備投資と認められ、補助金の支払いを受けた後であっても、一定の期間において処分(補助対象事業目的外での使用、譲渡、担保提供、廃棄等)が制限されます。処分制限期間内に当該財産を処分する場合には、必ず事務局に承認申請を行い、承認を受ける必要があります。事務局は、財産処分を承認した補助事業者に対し、当該承認に際し、残存処分制限期間等から算出される金額の返還のため、交付した補助金の全部又は一部に相当する額を納付させることがあります。承認を得ずに処分を行うと、補助金交付取消・返還命令の対象となります。

▶ **補助事業関係書類は終了後5年間保存しなければなりません。**

間接補助事業者は、補助事業に関係する帳簿及び証拠書類を補助事業の完了する日の属する年度の終了後5年間(令和14年3月31日まで)、観光庁や会計検査院からの求めがあった際にいつでも閲覧に供せるよう保存しておかなければなりません。この期間に、会計検査院による実地検査等が実施される可能性もあり、補助金を受けた者の義務として応じなければなりません。また、検査等の結果、補助金の返還命令等の指示がなされた場合には従わなければなりません。

5. 申請手続について

重要説明事項（抜粋）

▶ 関係会社等から調達する場合の利益等排除について

補助対象経費の中に、間接補助事業者の自社調達又は関係会社からの調達分がある場合、間接補助事業の実績額に補助事業者の利益等相当分が含まれることは、調達先の選定方法如何に関わらず、補助金交付の目的上ふさわしくないと考えられます。そこで、これらから調達した場合は、取引価格から利益等相当額を控除した金額を補助対象経費として下さい。

利益等排除の対象となる調達先

補助事業者が以下の①～③の関係にある会社から調達を受ける場合(他の会社を経由した場合、いわゆる下請会社の場合も含む)を、利益等排除の対象とします。

- ① 補助事業者自身(自社)
- ② 100%同一の資本に属するグループ企業
- ③ 補助事業者の関係会社(上記②を除く)

※利益等排除の対象範囲となる具体的な関係会社の範囲は、財務諸表等規則第8条で定義されている親会社、子会社、関連会社及びその他の関係会社に準じて判定して下さい。

6. 申請前支援について

スタートアップセッション（公開中）

事業計画の策定及び応募にあたっての参考としていただくため、観光分野の専門家による、事業を継続するための体制づくりや、効果的な情報発信、販路開拓の取組など、申請時に役立つ情報等を提供しています。

詳細は本事業サイトにてご覧ください。 <https://juyobunsan.go.jp/>



【講演テーマ】① 『**ゴールから逆算して考える！自走・持続可能なコンテンツ造成・販売のポイント**』

佐々木 文人 氏（株式会社羅針盤 代表取締役）

② 『**インバウンドも国内旅行も個人旅行が8割！「勝手にきて、勝手に帰る」観光市場に、どう伝え、どう売るか？**』

永谷 亜矢子氏（株式会社an 代表取締役/立教大学経営学部 客員教授）

この他、観光庁の過年度事業における取組事例を、本事業サイトに掲載しています。

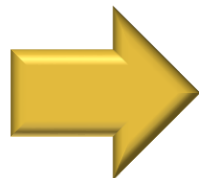
<https://juyobunsan.go.jp/>



留意点

申請書類の受付期間

〆切時刻までに手続きが完了するよう、時間に余裕を持って申請して下さい。
提出はWebフォームでの電子申請になります。



事務局

令和8年5月29日（金） 13:00 ～ 6月18日（木） 12:00

詳細は本事業サイトにてご覧ください。 <https://juyobunsan.go.jp/>



「観光需要分散のための地域観光資源のコンテンツ化促進事業事務局」

メールでのお問い合わせ

info@juyobunsan.go.jp

電話でのお問い合わせ

03-6630-7372 受付時間/10:00～17:00

[土曜日、日曜日及び祝日を除く]

概要

- 地域の魅力を活かした観光コンテンツは地方誘客に不可欠な一方、地域や事業者の多くが、**安定した経営基盤を築けず、観光コンテンツの持続的な供給に課題**を抱えている
- 本事業は、**地域全体における良質な観光コンテンツの持続的な供給**および、事業者が**地域経済への波及効果を生む好循環の起点**となることを目指し、調査事業を実施
- 「**現状整理による課題抽出**」や「**収益構造の改善**」の手法等をナレッジ集に示し、全国の地域、事業者において持続的な観光コンテンツ供給が行われるよう、広く展開する



観光コンテンツの提供を続けられる仕組みづくり
-地域における持続的な運営のためのナレッジ集-



https://www.mlit.go.jp/kankocho/page05_00022.html

調査事例

収益性改善の3つの方向性(単価向上・客数増加・コストの合理化)に沿って、6事業者による実証事業を実施
地域における観光コンテンツの持続的な供給に向けた収益性改善の取組例として主に右記の例が実証された

① 単価向上

- 提供価値や発生コストに見合う適正な価格への見直し 等

② 客数増加

- 対象ターゲットや販売経路、回転率や受入枠の拡大 等

③ コストの合理化

- 地域内等での運営の効率化とコストの見直し・最適化 等

<p>天候リスク・機会損失への悩み</p> <p>地域で供給される観光コンテンツが天候に左右されやすく、天候が悪くなると予約が全て消え、その日の売上がゼロになる…</p> <p>解決のヒント</p> <p>事例集参照：徳岐 (p.70)</p> <p>代替プランへの誘導スキーム確立</p> <p>▶ 欠航が決まった瞬間に、事務局が屋内体験や地域内の別の観光コンテンツの空き状況を自動案内</p> <p>解決のヒント</p> <p>予約の締め切りが早すぎて、直前で予約したいお客様を逃している…</p> <p>事例集参照：金山町 (p.58)</p> <p>手仕舞い短縮による直前需要の取り込み</p> <p>▶ 前日～当日対応まで予約期限を短縮することで、直前需要を確実に取り取り、購入者数を安定化</p>	<p>販路・手数料への悩み</p> <p>OTA(予約サイト)の手数料が高く、売れば売るほど利益が削られてしまう…</p> <p>解決のヒント</p> <p>事例集参照：mint (p.46)</p> <p>ブランド力を活かした直販・BtoB営業</p> <p>▶ 広域ブランドでの海外旅行会社への直接営業により、OTAに依存しない優良顧客を獲得し、販売関連費(OTA手数料)を削減</p> <p>解決のヒント</p> <p>自社だけでは集客に限界があり、インバウンド客をどう呼べば良いか困っている…</p> <p>事例集参照：山木屋 (p.76)</p> <p>宿泊施設との連携による集客販路開拓</p> <p>▶ 近隣宿泊施設と連携した集客ルート構築。英語ツアー用スクリプト作成等の受入体制を整備し、販路拡大</p>
<p>価格設定・高単価化への悩み</p> <p>安全管理や維持に多額のコストがかかっているが、価格に転嫁できず利益が残らない…</p> <p>解決のヒント</p> <p>事例集参照：八重山 (p.64)</p> <p>地域独自の「認証制度」による質の可視化</p> <p>▶ 安全・品質・環境配慮の地域基準を策定。優良事業者の可視化を支える認証制度の基準作りを進め、適正価格で評価される市場の形成を目指す</p>	<p>事務負担・人手不足への悩み</p> <p>ガイドや接客に集中したいのに、予約管理や精算等の事務作業に忙殺されている…</p> <p>解決のヒント</p> <p>事例集参照：徳岐 (p.70)</p> <p>地域のバックオフィス機能の共通化と集約</p> <p>▶ 予約対応窓口をバックオフィスに集約。個別の事業者の事務負担を大幅に削減し、持続可能な運営体制を整備</p>
<p>緊閉差・稼働率への悩み</p> <p>長年同じ価格で販売しており、付加価値に見合った単価アップの方法がわからない…</p> <p>解決のヒント</p> <p>事例集参照：安中市 (p.52)</p> <p>観光コンテンツ見直しとターゲット別商品造成</p> <p>▶ 既存商品の分析評価に基づき、短時間商品やインバウンド向け等、ニーズに合わせた新商品造成</p>	<p>冬期やオフシーズンは客足が止まり、年間の収益が安定しない…</p> <p>解決のヒント</p> <p>事例集参照：金山町 (p.58)</p> <p>未催行期間を活用した催行期間の拡大</p> <p>▶ これまで未催行だった冬期の需要を掘り起こし、年間の稼働期間を拡大することで収益を最大化</p>