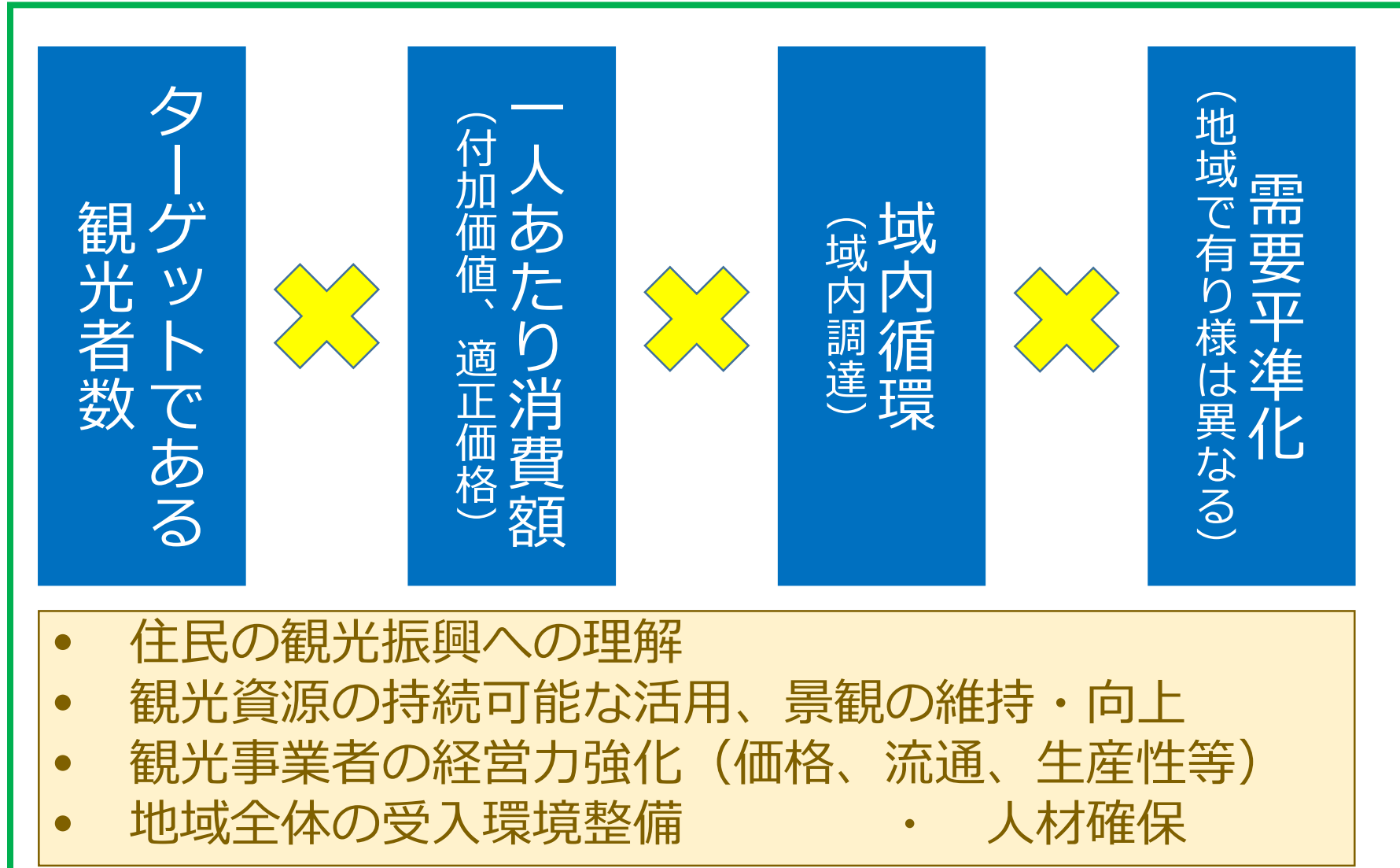


1. 観光消費額の拡大

観光消費による地域経済活性化に必要な要素



- 地域の幅広い事業者の利益 (イベントリスクへの耐性の強化)
- 住民の利益 (民泊、カフェ、ガイド等)
- 競争力ある観光地づくりに投資する地域
- 投資とコストが見合う地域

2. 横展開

① 観光地域経営に取り組む地域の意識改革



金沢市だから、京都市だから、できるんでしょ？

→ 観光先進地域には、他地域の“未来”が実体化している。

強い観光地づくりが、競争力の低い地域の活性化への王道

② ショーケース及び観光先進地域の経験・プロセスを広く共有

→ 市場分析の手法、課題設定の着眼点、取り組みの進め方、体制構築、障害の乗り越え方、成果の共有の仕方、投資マインド・・・

③ 横展開の2方向

a. ショーケースをハブとした広域連携

b. ショーケースに続く地域づくり：全国への誘客のハブとなる観光地域

→ 受け皿（観光振興に本気、司令塔等）のある地域を支援

→ 関係省庁支援チームの活用

→ インバウンド市場、デジタル・マーケティング等の新しい動向に対応できる専門家の派遣