

長崎市版DMOのあるべき姿

背景

“昭和の観光都市” から “21世紀の交流都市” へ

情報発信者	発地型	⇒	着地型
旅行形態	団体	⇒	個人
情報源	旅行社（チラシ）	⇒	インターネット・SNS
観光客	国内中心	⇒	海外・ビジネス客の広がり

ミッション

観光まちづくりの舵取り役として、民間手法により、「訪問客の満足度向上・消費拡大」、「事業者のビジネスチャンス拡大・売上増加」、「市民の満足度向上」を継続的に図る。

市	DMO
観光まちづくりの政策立案と基盤整備	観光まちづくりのマーケティング・マネジメント
<p>1 観光・MICE基本計画策定・検証</p> <p>2 地域資源（ハード）を活かした魅力づくり ・観光・MICE施設の整備等による魅力向上</p> <p>3 ストレスフリーの環境整備・支援 ・ユニバーサルデザインの促進 ・公衆無線LAN環境・観光案内板等の整備</p> <p>4 DMOの形成・確立支援 ・庁内関係課（文化観光部、商工部、水産農林部など）との連携</p>	<p>1 データ収集・分析に基づく計画策定・検証 ・訪問客に関するデータ収集・分析 ・分析結果の提供・公開 ・分析結果に基づく DMO事業計画策定</p> <p>2 地域資源（ソフト）を活かした魅力づくりと消費拡大 ・ 魅力あるコンテンツ造成 （食・体験型・ユニークベニュー・長崎さるく・遊学券等） ・関係事業者育成及び受注促進</p> <p>3 ワンストップ誘致プロモーション・受入 ・訪問客（インバウンド・国内観光・MICE）の誘致・情報発信 ・ コンシェルジュ機能・受入強化（総合観光案内所等）</p> <p>※下線部は機能強化</p>