

DMOに最低限求めるKGIとKPIの整理（その1）

本資料はパブリックコメントの対象ではありません

	マーケティング (対旅行者)	マネジメント (対観光地 (マネジメント区域))
マネジメント区域 全体の成果	<ul style="list-style-type: none"> ○旅行消費額(*1) ○延べ宿泊者数 ○来訪者満足度 ○1人あたり旅行消費額 ○来訪者の平準化率(*3) 	<ul style="list-style-type: none"> ○経済波及効果(*1) (*2) ○観光従事者の平均給与額(*3) ○住民の持続可能な観光に対する満足度(*3) (*4)
DMOの成果	<ul style="list-style-type: none"> ○年単位の実行計画を踏まえ、DMO自らが選択し設定するKPI (1つ以上) (例) WEBへのアクセス数の増 (例) 宿泊施設のリピーター率 	<ul style="list-style-type: none"> ○年単位の実行計画を踏まえ、DMO自らが選択し設定するKPI (1つ以上) (例) 観光分野の事業者数 (例) 観光従事者の満足度

	マネジメント (組織経営)
DMO組織内	<ul style="list-style-type: none"> ○職員の満足度 ○安定財源確保率

(*1)KGIである。
 (*2)更新時においてのみ最新の結果と新たな数値目標を求める。
 (*3)広域連携DMOは必須ではない。
 (*4)都道府県DMOは必須ではない。
 観光庁が指定するKGI、KPIの算出方法については別途手引き書等を作成予定である

DMOに最低限求めるKGIとKPIの整理 (その2)

住んでよし、訪れてよしの国づくり

DMOの使命

持続可能な観光地域づくり

経済波及効果

旅行消費額

KGI

KSF

消費単価
の向上

滞在日数
の増加

来訪者数
の管理

需要の
平準化

環境歴史
文化保全

地域への
裨益

KPI①
地域全体の
効果
(観光庁指定)

1人あたり
旅行消費額

延べ宿泊者数

来訪者満足度

来訪者数の
平準化率

住民の持続可
能な観光に対
する満足度

観光従事者の
平均給与額

KPI②
DMO活動に
よる直接効果
(選択制)

例) 旅行商品
販売額増加率

例) ナイトタイ
ムツアーによる
売上増加率

例) SNSに
よる好評価の
増加率

例) MICE
の誘致数

例) GSTC
研修受講者数

例) 観光従事
者への観光DX
支援数

新規登録・更新登録に向けた今後のスケジュール（案）

