

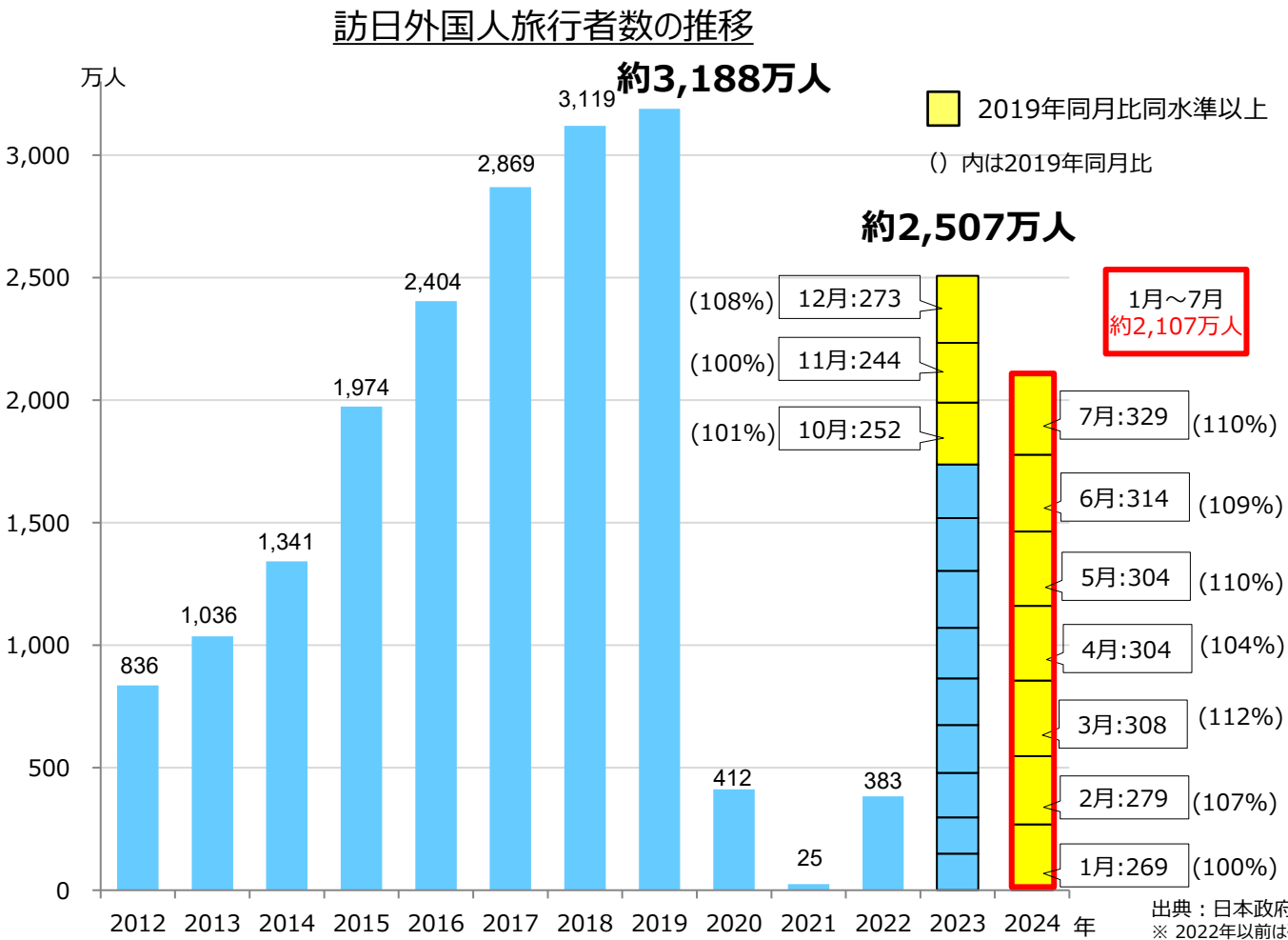
観光の現状と今後の取組

令和6年9月3日

観光庁 観光地域振興部長

長崎 敏志

- **2024年7月**の訪日外国人旅行者数は、**約329万人**と単月として過去最高。
- コロナ前2019年同月比110%の回復となり、**昨年10月より10ヶ月連続で単月ではコロナ前の水準を回復**。
- **2024年上半期のペースが下半期も続けば、2024年は3,500万人も視野に入る**。



国・地域別訪日者数上位

	2024年7月 (2019年同月比)
①韓国	76万人 (135%)
②中国	78万人 (74%)
③台湾	57万人 (125%)
④米国	25万人 (160%)
⑤香港	28万人 (129%)

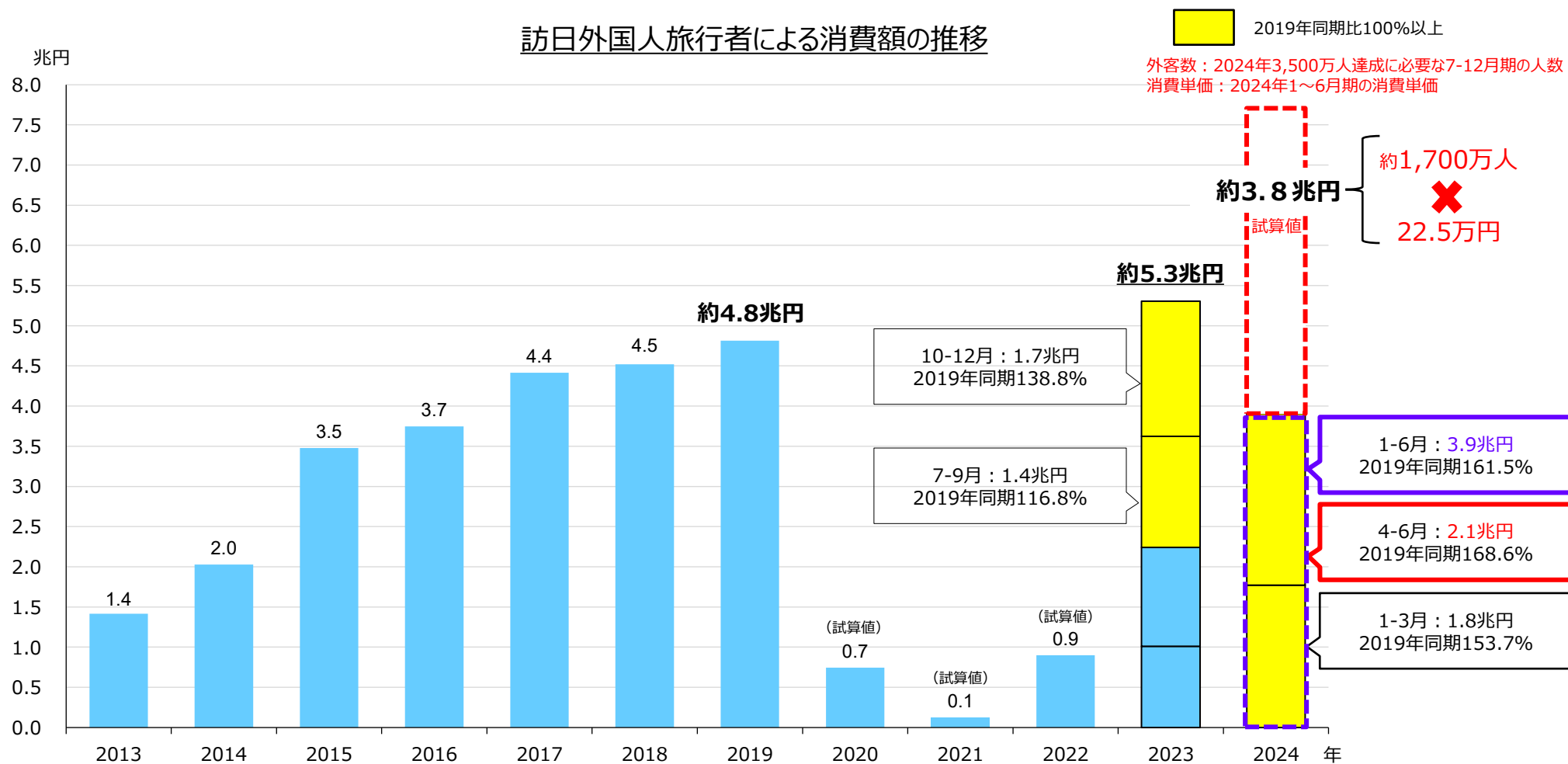
出典：日本政府観光局 (JNTO)
※ 2022年以前は確定値、2023年、2024年1月～5月の値は暫定値、2024年6月及び7月は推計値

インバウンドの状況(消費額)

○ **2024年4－6月期**の訪日外国人消費額は、**約2.1兆円**と四半期として過去最高。

1人当たりの旅行支出は23万9千円。

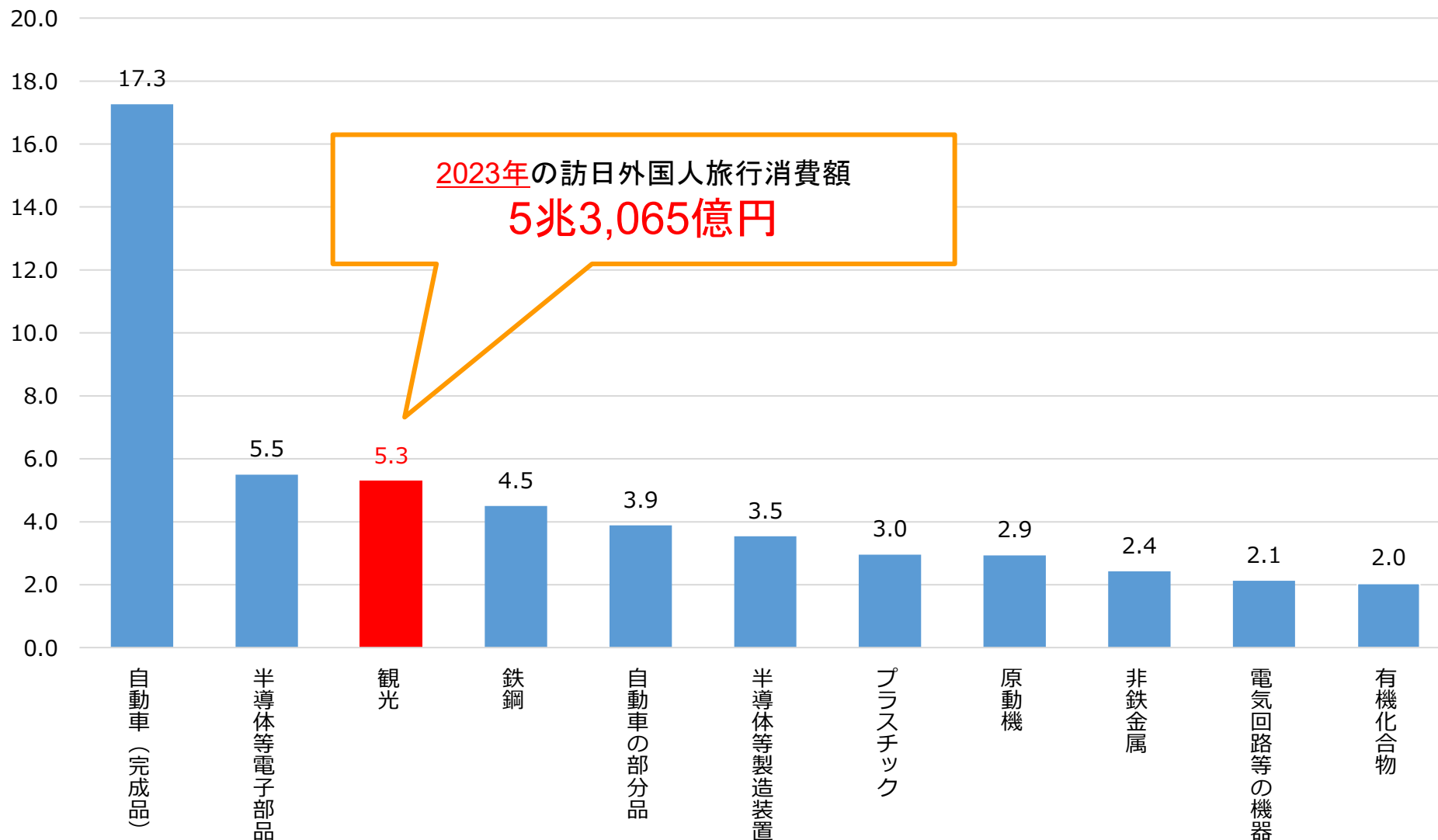
○ **2024年上半期のペースが下半期も続けば、2024年は8兆円も視野に入る。**



出典：「訪日外国人消費動向調査」および「インバウンド消費動向調査」より算出

訪日外国人旅行消費額の製品別輸出額との比較

(単位：兆円)

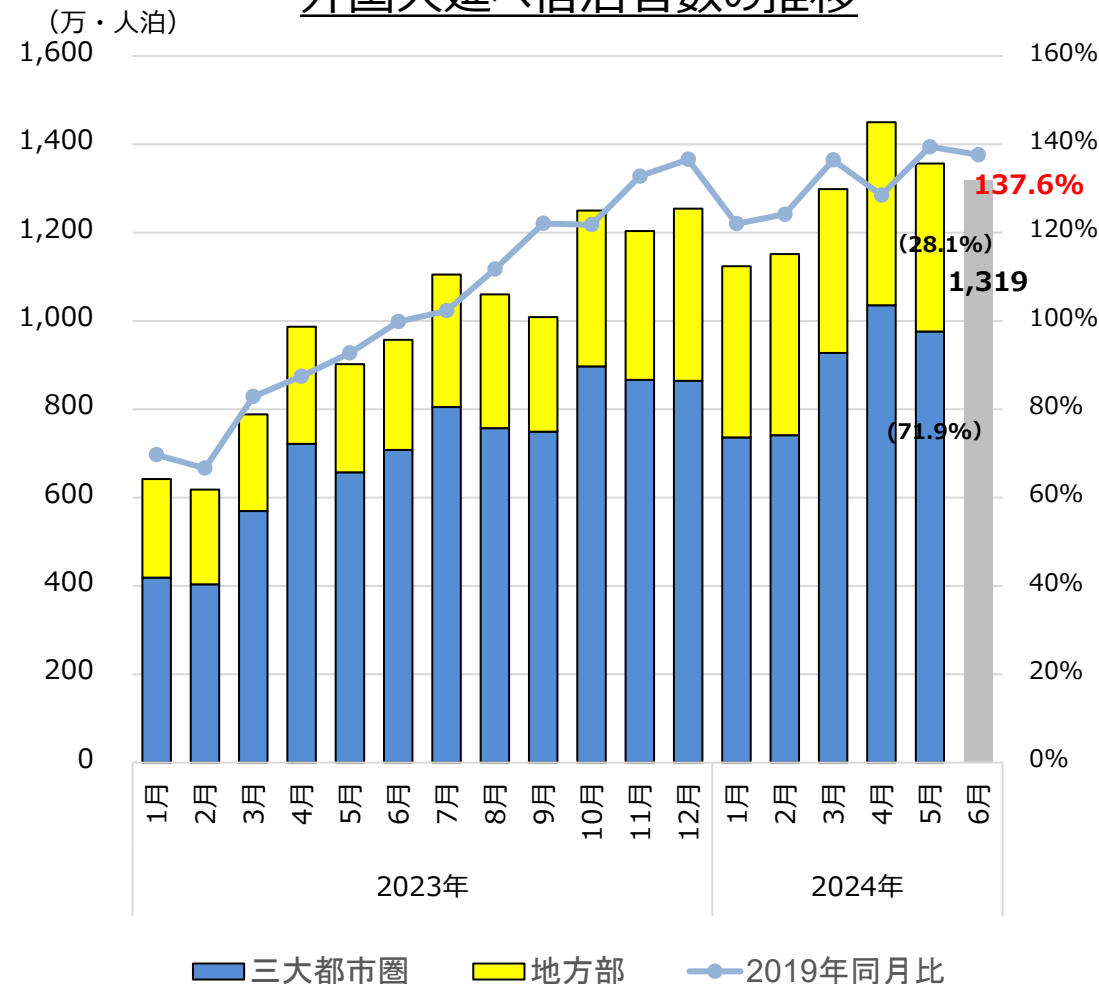


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、財務省「貿易統計」に基づき観光庁作成

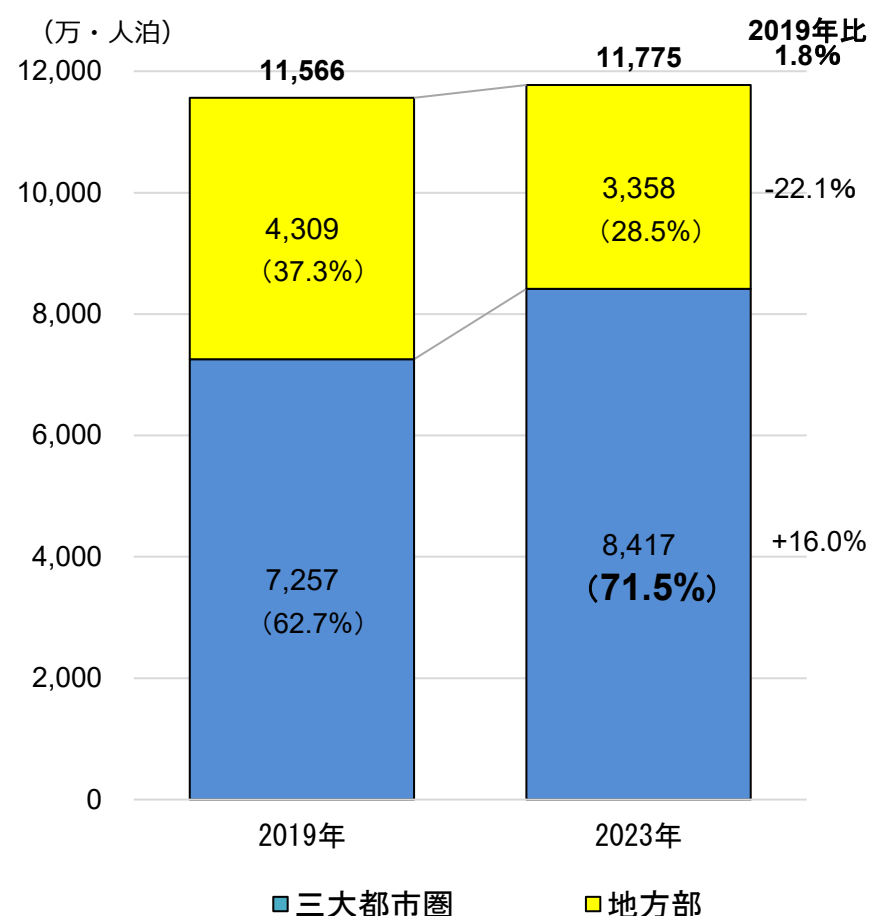
インバウンドの状況(延べ宿泊者数)

- **2024年6月**の外国人延べ宿泊者数は**1,319万人泊**で、**コロナ前以上に回復**。(2019年同月比137.6%)
- 観光需要の回復は**宿泊先地域によって偏在傾向**が見られ、23年は**三大都市圏** (※) **のみで71.5%**。

外国人延べ宿泊者数の推移



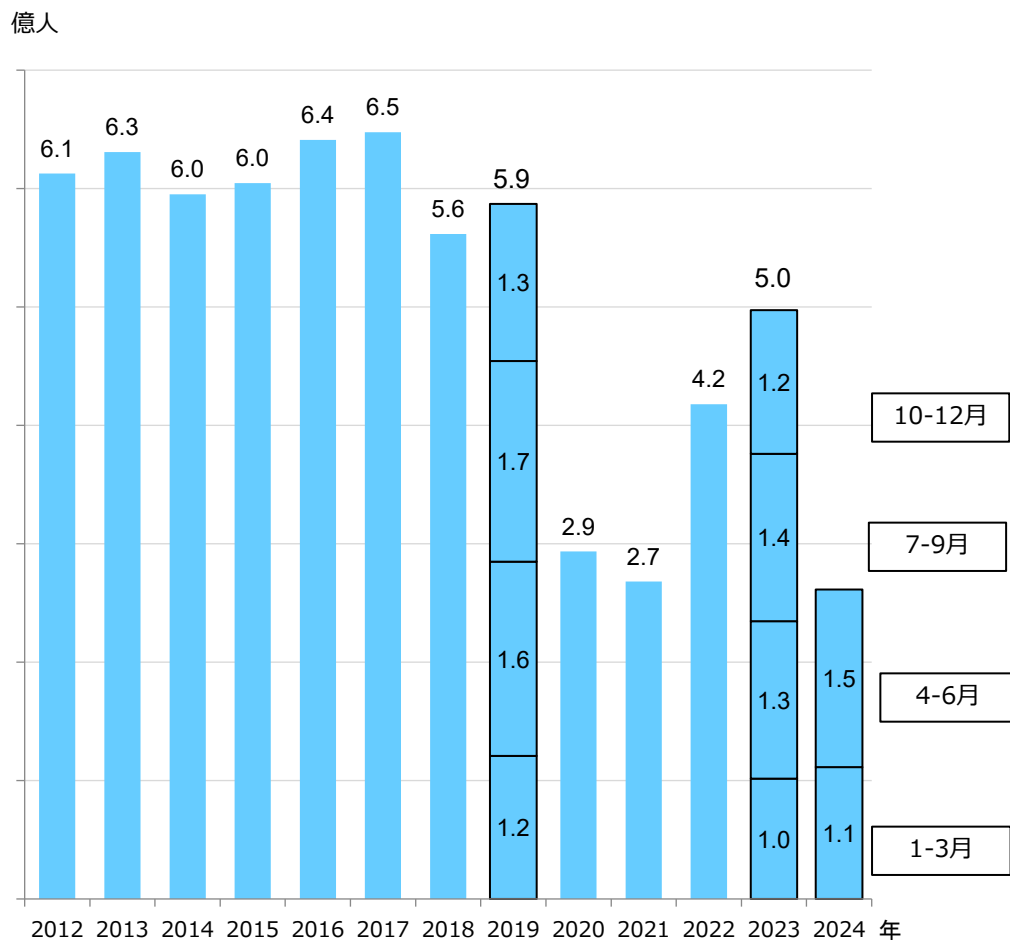
外国人延べ宿泊者数の19-23年比較



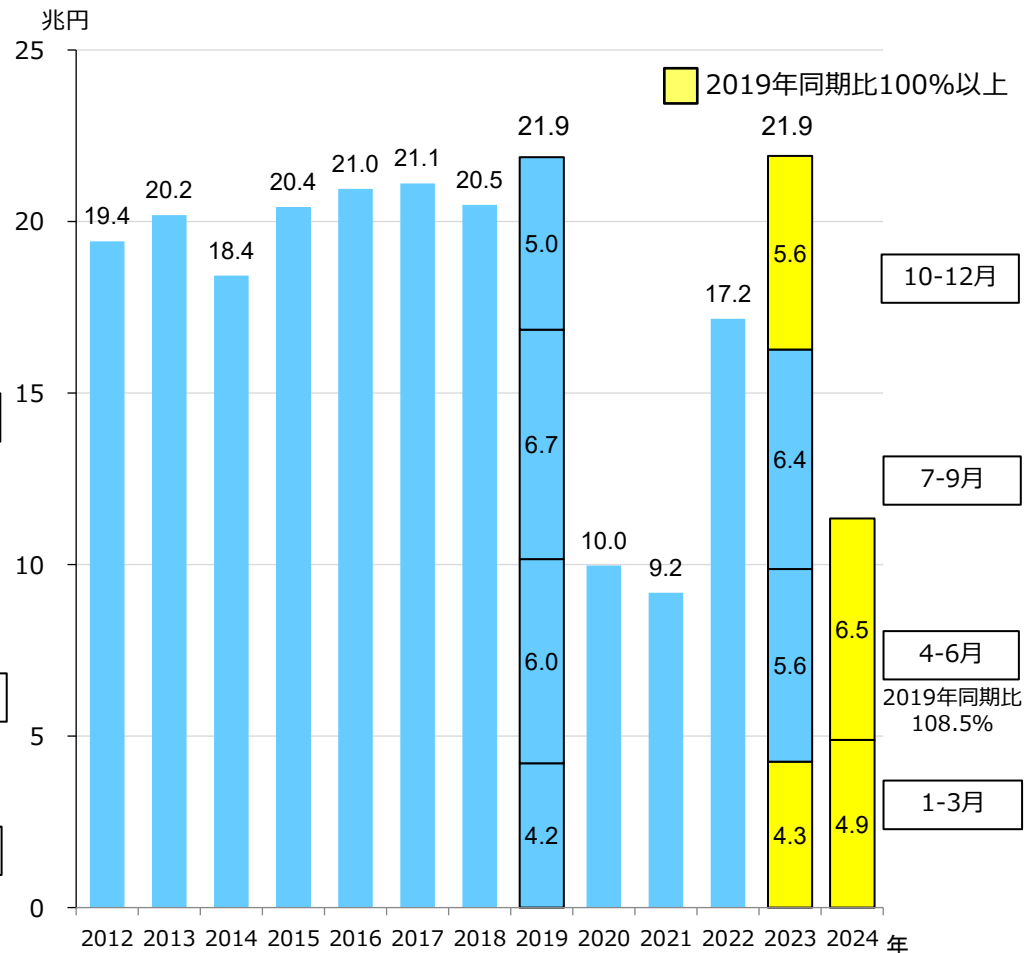
国内旅行の状況

- **2024年4-6月期**の国内旅行消費額は、**約6.5兆円**となった。(2019年同期比7.6%増)
- 国内旅行者一人当たりの旅行支出は、2019年同期比で21.5%増。(2019年4-6月:約3.7万円、今期:約4.4万円)

日本人国内延べ旅行者数の推移



日本人国内旅行消費額の推移



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」※2024年4-6月期は速報値

主な政府目標の達成状況

	明日の日本を支える 観光ビジョン	観光立国推進基本計画	
	2030年目標	2025年目標	早期達成目標
持続可能な観光地域づくり に取り組む地域数		100地域	2023年実績 31地域 (2023/11/29時点)
訪日外国人旅行者数	6000万人	2019年水準超え (3188万人)	2506.6万人
訪日外国人旅行消費額	15兆円	5兆円	5.3兆円
訪日外国人旅行消費単価	(25万円)	20万円	21.3万円
訪日外国人旅行者 1人当たり地方部宿泊数		2泊	1.27泊
訪日外国人旅行者の 地方部延べ宿泊者数	1億3000万人泊		3190.9万人泊
日本人の海外旅行者数		2019年水準超え (2008万人)	962.4万人
アジア主要国における国際会議 の開催件数に占める割合		アジア最大の開催国 (アジア主要国シェア3割以上)	アジア1位 アジア主要国シェア32.7%
日本人の地方部延べ宿泊者数		3.2億人泊	2.9億人泊
日本人国内旅行消費額	22兆円	22兆円	20兆円
			21.9兆円

旅行者に、地域の文化や生業等に触れてもらうことで、地域住民も、その価値を再認識し、自らの地域等を誇りに感じる

→ 地域の更なる魅力向上を通じて、旅行者・地域住民の双方の好循環を実現

旅行者

観光等で地域を訪問

地域の魅力向上による更なる誘客

「住んでよし、訪れてよし」の観光地域

地域住民

地域における当たり前の日常

- ・自然、風景、歴史・文化、街並み
- ・郷土料理
- ・農業、漁業など地域で営まれてきた生業

非日常の体験・感動
相互交流・理解
⇒ 意識の変化

自らの文化・地域への誇り

- ・地域の良さの再認識、特別なものとしての気づき
- ・地域への誇り、幸福感の実感
- ・地域の環境、文化・生業等の維持・保全

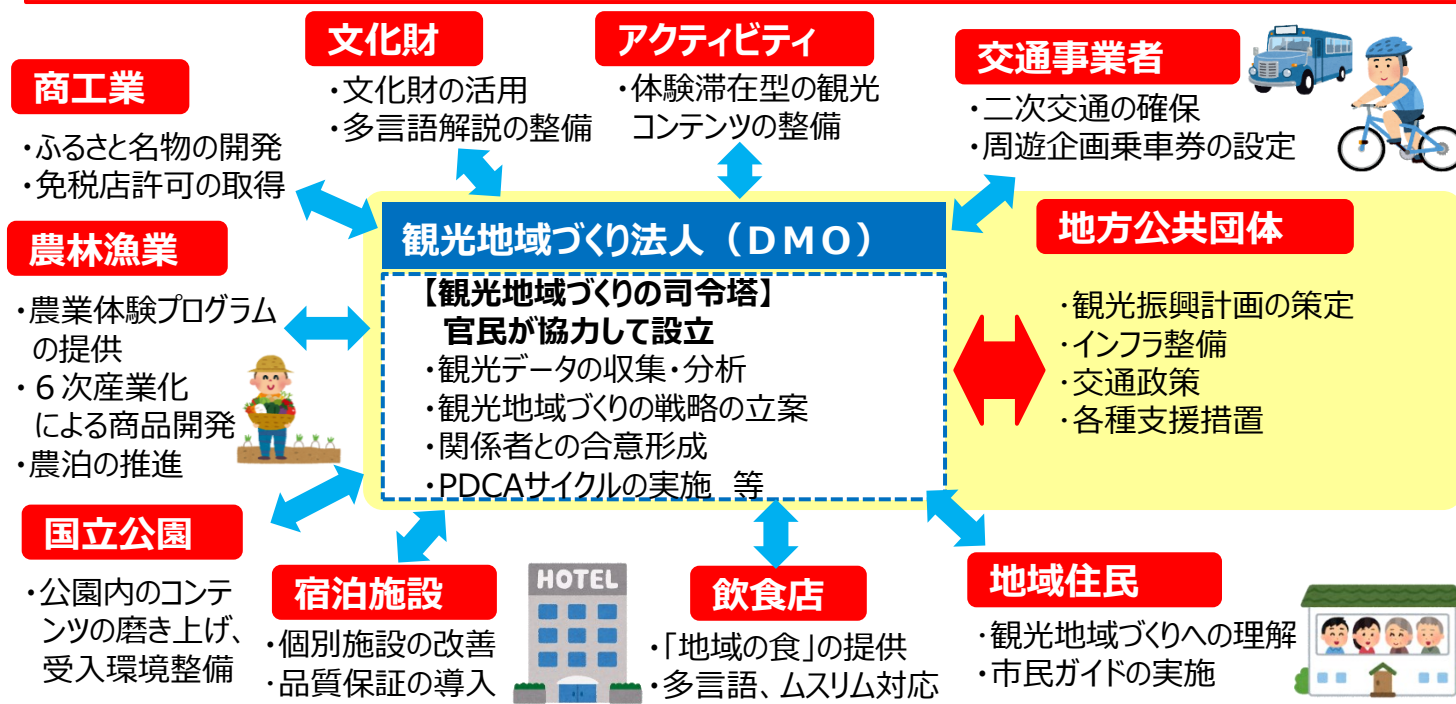
観光地域づくり法人(DMO)

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
観光地域づくりの司令塔となる法人

DMO : Destination Management/Marketing Organization

地域の関係者を巻き込んだ体制の構築

観光地域づくり法人(DMO)を中心とし、地域の関係者が主体的に参画した体制を構築



ターゲティング
等の戦略策定

観光コンテンツ
の造成

受入環境の
整備

地方誘客・旅行消費拡大

DMOの使命・観光地域づくりを成功に導くDMO

- 観光地域づくりを成功に導くためには、以下の5つの要素が重要。
- この実現に向けて、「地域の司令塔」として活動する組織「観光地域づくり法人（DMO）」が必要。
〔 DMO : Destination Management/Marketing Organization 〕

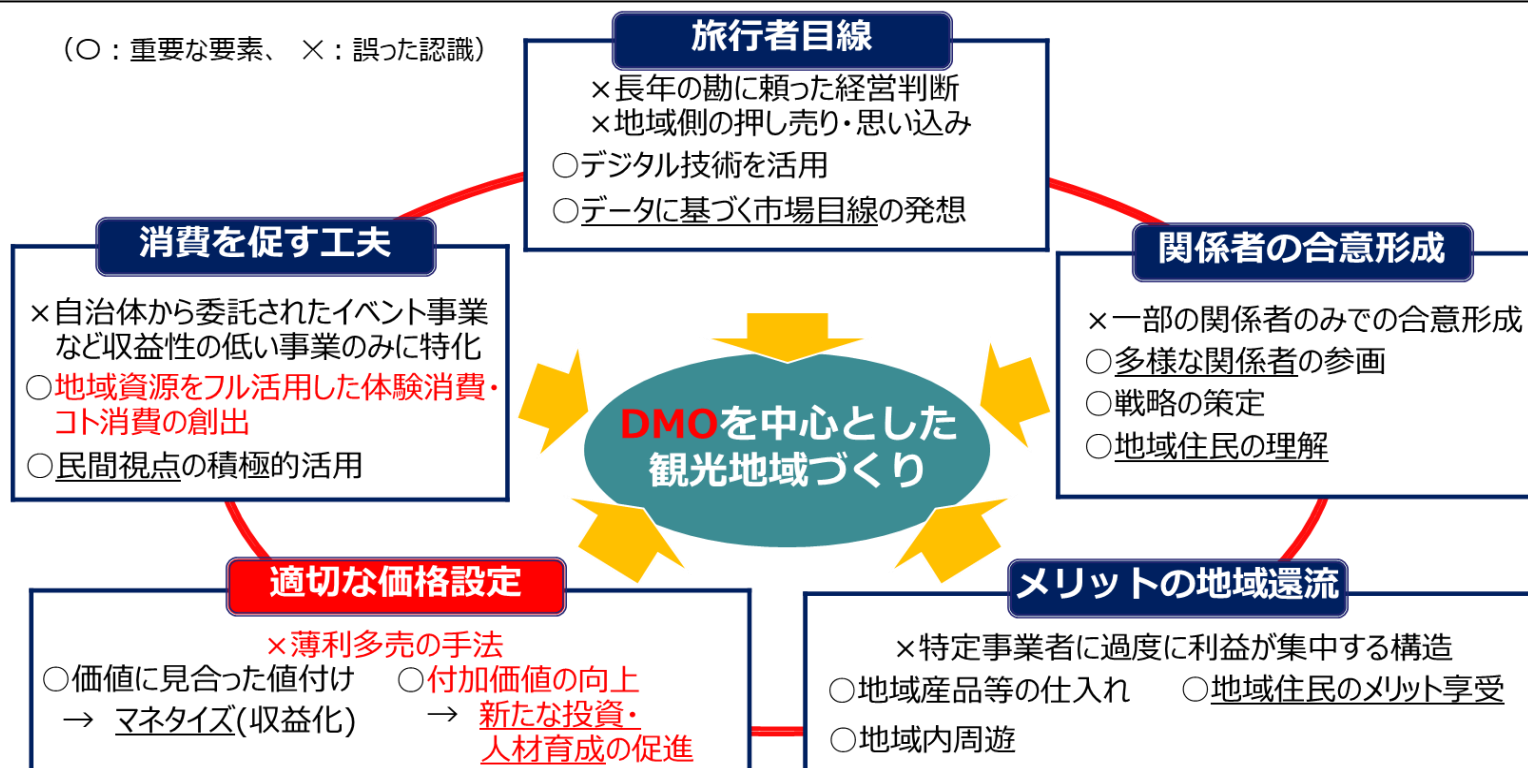
DMOの使命

持続可能な観光地域づくり

地域の観光経済拡大※

※観光産業従事者の賃金向上を含めた
労働環境の改善を含む

そのための多様な関係者間の調整・合意形成（地域の観光の意義の明確化を含む）



観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議 開催概要

○令和6年1月18日に「第1回 観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議」を開催

○DMOを巡る現状と課題や海外DMOの先進事例調査等を踏まえ、観光庁として①～③の3本柱を進めていくこととし、これらの取組の方向性（案）について、意見交換を実施。

①インバウンド地方誘客を支えるDMOの早期育成

②全DMOに求める機能の明確化

③世界的なDMOの形成促進

【開催実績】

第1回：令和6年1月18日 第5回：令和6年9月25日
第2回：令和6年3月12日 (予定)
第3回：令和6年5月17日
第4回：令和6年7月5日



＜観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議＞

委員

(敬称略・五十音順) (○：座長)

池上 重輔	早稲田大学大学院経営管理研究科 教授
梅川 智也	國學院大學 観光まちづくり学部観光まちづくり学科 教授
大社 充	特定非営利活動法人デスティネーション総研 代表 芸術文化観光専門職大学 教授
デービッド・アキンソ	株式会社小西美術工藝社 代表取締役社長
原 忠之	セントラルフロリダ大学 テニユア付准教授
府川 尚弘	I N D I G O 合同会社 代表
○矢ヶ崎 紀子	東京女子大学 現代教養学部国際社会学科 教授
山田 桂一郎	J T I C . S W I S S 代表
山田 拓	株式会社美ら地球 代表取締役

事務局

観光庁観光地域振興部観光地域振興課

5本の柱

(1) 観光地経営戦略策定、KGI・KPIの設定

(2) 戦略に基づく取組の具体化と実施・検証・改善

(3) 多様な関係者との体制構築

(4) 観光地域づくり法人の組織の確立

(5) 安定的な運営資金の確保

①インバウンド地方誘客を支えるDMOの早期育成

「先駆的DMO＝インバウンド地方誘客」とし、既存3法人（田辺TB、京都、下呂）に追加して、新たに3法人程度を選定中（10月上旬メド）

②全DMOに求める機能の明確化

引き続き議論中

全DMO共通の登録・更新要件を検討中
年度内のガイドライン改定を目指す

③世界的なDMOの形成促進

今後検討予定

- 環境面のみならず、経済的・社会的な持続可能性が必要。
- 自らの価値を磨き、収益性を高めて、更なる成長に必要な投資と人材育成を進め、次世代に受け継げるような観光地・観光産業を目指す。
- このような取り組みを通して、地域の自然や文化を継承、発展させて行くことが重要。
- 持続可能な観光地域づくりにあたっては、観光客の受け入れと住民の生活の質の確保を含め、観光地としてどのようなあり方を目指すのか、地域自身があるべき姿を描くことが肝要。

観光庁刊行 観光地域づくり法人（DMO）向けガイドブック

観光地域づくり法人（DMO）による
観光地経営ガイドブック

DMOが観光地域づくりの司令塔としての役割を果たすことを目的として、観光地経営に関する基礎知識や具体的な手法を紹介

2024年3月刊行

URL:
https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics04_00002.html

第1章 はじめに

今、観光に求められること、どの章から読みますか？、観光地経営とは何だろう？

第2章 観光地経営における地域の体制づくりと人材

観光地経営に求められる体制づくり、観光地経営の関係者とDMOの役割、観光地経営を担う人材と能力

第3章 観光による受益を広く地域に波及させる取組

多様な事業者・業種への波及、観光従事者への波及、地域住民への波及、来訪者へのマナー啓発・理解促進

第4章 観光地経営の高度化に向けた取組

（新たな活力の創出、観光資源の保全・活用、観光危機管理）

観光分野において地域への新たな活力を創り出す取組、地域の観光資源（自然、文化等）の保全・活用、観光危機管理

第5章 観光地経営戦略の策定と事業の実行

観光地経営戦略、観光地経営戦略の内容、観光地経営戦略の策定と事業の実行の流れ、観光地経営戦略の策定方法、事業の実行、観光地経営戦略の数値目標（KGI）、重要成功要因（KSF）、戦略・施策の効果測定や見直し（PDCA）

第6章 DMOの組織経営

DMOの組織経営、DMOの組織経営戦略、DMOの実行計画

観光地域づくり法人（DMO）による
観光地域マーケティングガイドブック

DMOのデータを活用した観光地域マーケティングを促進するため、観光地域マーケティングに関する基礎知識やプロセス別のノウハウ、具体のフレームワーク等を紹介

2022年12月刊行

URL:https://www.mlit.go.jp/kankocho/page04_000171.html

第1章 はじめに（マーケティングの意義等）

第2章 観光地域マーケティングのプロセス及びステークホルダーマネジメント

第3章 戦略策定に必要なデータ収集・分析のポイント

第4章 環境分析、STPに基づく観光地域マーケティング戦略の策定方法

第5章 マーケティングミックス（4P）に基づく商品開発・販売の実践方法

第6章 CRM（顧客関係管理）の方法

観光地域づくり法人（DMO）における
自主財源開発手法ガイドブック

DMOの安定した財源確保に向け、財源に関する基礎知識や多様な財源確保の手法、CFOの役割等を紹介

2022年3月刊行

URL:https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics04_000162.html

第1章 DMOの財源の基礎

第2章 財源の種類と特徴

第3章 法人格の種類による財源の特徴

第4章 CFOの役割と必要な知識、スキル

第5章 DMOの財源導入事例

地域周遊・長期滞在促進のための専門家派遣事業

目的

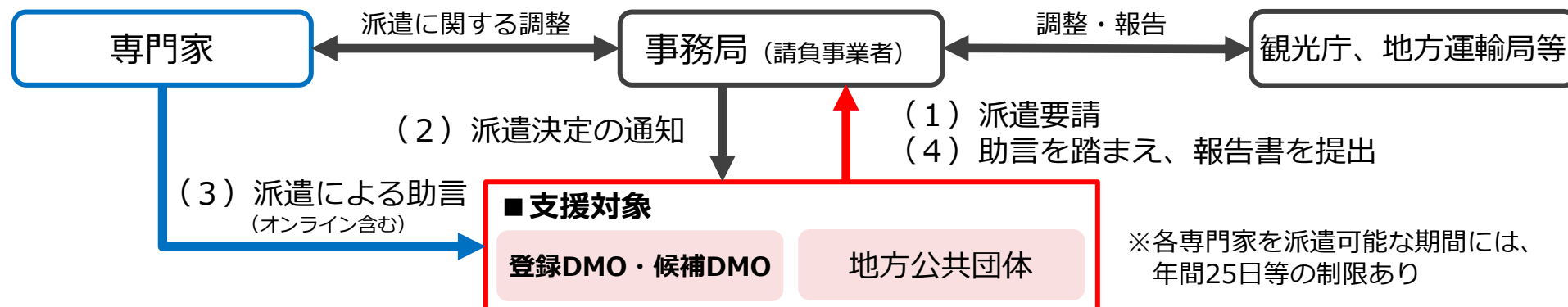
地域に専門家を派遣し、課題解決に向けた戦略の策定、好循環を創出する施策の展開、多様な関係者の育成等の助言を通じ、旅行者の地域周遊・長期滞在を促進することを目的とする。

派遣対象となる専門分野

DMO等の設立から運営	観光地経営の調査・戦略策定	受入環境整備	滞在コンテンツの充実	情報発信・プロモーション
①DMO等の組織運営 ②DMO等の財源確保 ③DMO等の人材育成・採用 ※DMO等…DMO、観光協会、第三セクター等	④データ収集ツールの導入 ⑤各種データの収集・整理・効果検証 ⑥観光戦略策定 ⑦事業者や住民等の理解・参画促進	⑧資金調達 ⑨施設・機器・二次交通の整備や改善 ⑩観光施設運営 (宿泊施設・商業施設・体験施設・観光案内所等) ⑪観光人材育成 (宿泊施設・商業施設・体験施設・観光案内所・ランドオペレーター・ガイド等) ⑫サービス品質保証	⑬観光資源の抽出 ⑭滞在コンテンツ造成 (自然・文化・食・スポーツ等) ⑮販路開拓・拡大 ⑯名産品開発	⑰WEB・SNSの活用 ⑱その他 情報発信・プロモーション

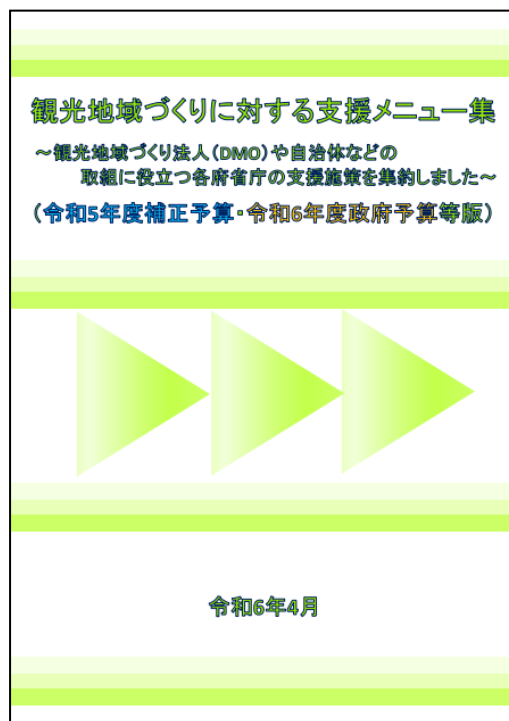
派遣スキーム

旅行者の地域周遊・長期滞在に向け、地域の課題解決に資する専門家を派遣。
観光庁が専門家を派遣する必要があると判断した地域に、当該地域及び専門家と調整の上、派遣を実施。



観光地域づくりに対する支援メニュー集

観光地域づくりに取り組んでいる皆様が活用できる関係府省庁の支援施策を「観光地域づくりに対する支援メニュー集」としてとりまとめ、観光庁HPにて公表



URL (観光庁HP)

https://www.mlit.go.jp/kankocho/jirei_shien/kankochiikizukuri_shien.html

世界に誇る観光地を形成するための DMO体制整備事業 (R5・4億円)

4分野における専門的知見や外国人目線を有する 外部専門人材の登用に係る費用を支援

- ・インバウンドに関するデータの分析とそれに基づく誘客/観光消費戦略の策定
- ・外国人旅行者に選好される魅力的なコンテンツの開発・強化
- ・外国人旅行者が快適かつ安全に周遊・滞在できる受入環境の整備
- ・国外向けの戦略的な情報発信・プロモーション

※登用期間は3年が上限

※原則としてマネジメントエリア外に拠点がある人材を登用する場合を対象

※1人当たりの人件費(給与、通勤費、宿泊費等)は1,500万円が上限。
ただし、同一の外部専門人材を継続して登用する場合には、最終年度の上
限は1,000万円とする

その他、中核人材の確保及び育成に資する取組や、安定的な財源の確保に資する取組に係る費用を支援

※「先駆的DMO」及び「先駆的DMO」を目指し、DMOの体制整備に取り組む意欲があるDMOに対し優先的に支援



高付加価値コンテンツの開発のための外部専門人材の登用



地域マネジメント研修の受講